



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,

Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

Tema:

“Plan de mejora del minimarket “Romero” en el suburbio de Guayaquil.”

Requisito previo para la obtención del título de tecnóloga en Administración de Empresas.

Autora:

Sandy del Rocío Romero Cortez.

Tutor:

Msc. Daniel Austin Zaldivar Almarales

Guayaquil- Ecuador

2019



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Plan de mejora del minimarket “Romero” en el suburbio de Guayaquil.”

Requisito previo para la obtención del título de tecnóloga en Administración de Empresas.

Autora

Sandy del Rocío Romero Cortez.

Docente:

Lcdo. Daniel Austin Zaldívar Amarales.

Guayaquil-Ecuador

2019

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Sandy del Rocío Romero Cortez, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en

Administración de Empresas, titulado: **“Plan de mejora del minimarket “Romero” en el suburbio de Guayaquil.”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de

Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de

propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado. Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....
Sandy del Rocío Romero Cortez

C.C.:0927189563

Certificación del Tutor del trabajo de Investigación

Lic. Daniel Zaldivar Amarales, en calidad de Tutor del trabajo de Titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) Administración de empresas, cuyo tema es: **“Plan de mejora del minimarket “Romero” en el suburbio de Guayaquil”**, fue elaborado por la Sandy del Roció Romero Cortez, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Lic. Daniel Zaldivar Amarales

Licenciado en Derecho

Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria.

El presente proyecto está dedicado a mi familia debido que lo que quiero es que ellos se sientan orgullosos de la mujer en que me he convertido que el día que me propuse esta meta no fue en vano, era porque realmente sabía que lo lograría porque cada meta que me propongo no descanso hasta lograrlo y es así como hoy estoy escribiendo estas palabras.

Mi tesis está dedicada 100% a mi hija Alice Laines Romero porque es quien me acompaño en este último semestre a estudiar cada día que pese a esas pataditas que me dabas y el sueño que me provocabas estuve fuerte y al pie del cañón para culminarlo claro está que la ayuda del Padre de mi hija fue fundamental porque me dio muchos ánimos para seguir y no desistir de mi meta planteada, ella me motiva cada día a seguir luchando, también se la dedico a mi Madre hermosa Rocío Cortez Mora que es mi pilar fundamental para estar donde estoy porque cada consejo que me dio me ha servido para saber tomar las decisiones correctas y porque ella se encargó de formar este carácter que hoy tengo y no bastaba decir que también es dedicada a mi Padre Segundo Romero Canales quien es que con sus enojos me ayudado a que no sea una mujer débil ni me deje de nadie para que luche por lo que quiero y me merezco y las personitas que siempre aplauden mis pasos mis bellas hermanas María Fernanda Romero Cortez y Cinthya Pamela Romero Cortez.

Sin más que decir es un honor este día para mí porque me siento orgullosa de obtener este título que se mediante Dios mi padre celestial se me abrirán muchas puertas para construir mi futuro y el de mi familia.

Agradecimiento.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fuerza y las ganas de culminar esta meta que me propuse hace tres años, a mis padres y hermanas a mi hija preciosa que, pese a ser un bebe, ella me ha ayudado a realizar la tesis, en horas de la mañana de la noche y madrugada debido que la realizo mientras ella duerme, aunque este sacrificio vale la pena porque deseo con todo mi corazón ser el orgullo de mi hija, también agradezco a mi tutor el Msc. Daniel Zaldivar que ha guiado cada uno de mis pasos a realizar este proyecto de tesis y que ha confiado en mis conocimientos adquiridos a lo largo de este camino que fue duro al inicio, pero no imposible y al resto de profesores que me inculcaron valores y compartieron sus conocimientos los cuales pondré en práctica al desenvolverme como toda una profesional en la sociedad.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1.CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN	5
1.1 MARCO HISTÓRICO.	5
1.1.1. Breve historia del Minimarket “Romero”	6
1.2 MARCO TEÓRICO.	8
1.3 MARCO CONCEPTUAL.	14
1.4 MARCO LEGAL.....	16
1.4.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador	16
1.4.2 Plan nacional de desarrollo 2017-2021- toda una vida	17
1.4.4 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	18
1.4.5 Código Tributario.....	21
1.4.6 Ley de Propiedad Intelectual.....	24
1.4.7 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.	26
1.4.8 Normas Regulatorias para cadenas de Supermercados y sus Proveedores	30
CAPITULO II.....	34
2 CRITERIOS METODOLÓGICOS.	34
2.1 Tipos de investigación.....	34
2.2 Métodos de investigación.	36
2.2.1 Método Teóricos.....	36
2.2.1.1 Histórico lógico.	36
2.2.1.2 Análisis y Síntesis.....	36
2.2.1.3 Inducción y Deducción.....	37
2.2.2 Método Empírico.....	37
2.2.2.1 Observación.	37
2.2.2.2 Entrevista.	41
2.3 Enfoque de la investigación.	47
2.3.1 Enfoque Mixto.....	47
CAPÍTULO III	48
3.1 TITULO DE LA PROPUESTA	48
3.2 Objetivo de la propuesta.	48
4. FODA.	48
5. CAPA.	49
6. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Plan de mejora.....	77
Tabla 2 Presupuesto.....	81
Tabla 3 Cronograma de seguimiento de la propuesta.....	85

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen #1 Minimarket “Romero” sin letreo visible.....	50
Imagen #2 rotulo Minimarket “Romero” parte frontal.....	52
Imagen #3 la falta de limpieza en el minimarket “Romero”	53
Imagen #4 Deja.....	54
Imagen #5 clorox.....	55
Imagen #6 desinfectante.....	55
Imagen #7 trapeador escurridor.....	56
Imagen #8 guantes.....	56
Imagen #9 Perchas en desorden.....	57
Imagen #10 bodega en desorden.....	57
Imagen #11 bodega ordenada con los productos.....	58
Imagen #12 Perchas ordenadas.....	59
Imagen #13 formato de control de inventarios.....	60
Imagen #14 formato de metodo peps.....	61
Imagen #15 rotacion de perchas.....	62
Imagen #16 rotacion de perchas.....	62
Imagen #17 Mi Vecino.....	63
Imagen #18 Banco del barrio.....	64
Imagen #19 caja del Minimarket “Romero”.....	65
Imagen #20 caja registradora táctil.	66
Imagen #21 Lector de codigo de barra.....	67
Imagen #22 computadora del minimarket “Romero”	68
Imagen #23 formato de arqueo de caja Excel.....	69
Imagen #24 recargas.....	70
Imagen #25 impresora.....	71
Imagen #26 pastificadora.....	71
Imagen #27 sorteo de canasta familiar.....	72
Imagen #28 Aire acondicionado.....	73
Imagen #29 pinturas.....	75
Imagen #30 Extintor,basura, peligro y salida de emergencia.....	76
Imagen #31	86
Imagen #32,.....	87
Imagen #33	88
Imagen #34	88

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo # 1.....	96
Anexo # 2.....	97
Anexo # 3.....	98
Anexo # 4.....	99
Anexo # 5.....	100
Anexo # 6.....	101
Anexo # 7.....	102
Anexo # 8.....	103
Anexo # 9.....	104
Anexo # 10.....	105
Anexo # 11.....	106
Anexo # 12.....	107
Anexo # 13.....	108
Anexo # 14.....	109

RESUMEN

El presente proyecto se realiza con el objetivo de lograr un cambio en el minimarket “Romero” debido que es un establecimiento el cual por falta de conocimiento no cuenta con ciertas herramientas las cuales le ayudarían a mejorar su imagen, atención e ingresos. Al tener ya 20 años en el mercado no hay logrado ser un negocio rentable la falta de control de ingreso y salida de mercadería, la desorganización de perchas, productos mal ubicados y no contar con un cuadro de caja diario para saber cuánto de ingresos se está obteniendo por día hacen que este negocio tenga pérdidas. Sin embargo, aplicando el plan de mejora en el minimarket Romero se obtendrán resultados favorables lo que se verá reflejado al dar seguimiento a la propuesta además de que se implementarán servicios adicionales lo q ayudará a tener un ingreso mayor se realizarán alianzas estratégicas con el implemento del banco del barrio y banco Mi vecino donde esto ayudará a tener más tráfico humano de clientes que sin duda alguna van por un servicio y terminarán comprando productos del minimarket “Romero”.

Las capacitaciones que se realizarán cada mes ayudarán a fortalecer los conocimientos y así dar un mejor servicio a cada uno de los clientes q se acerquen a el local.

INTRODUCCIÓN.

Capítulo I

En la antigüedad los minimarket son establecimientos comerciales de ventas al por menor que ofrece al público alimentos, artículos y productos de limpieza durante décadas se han caracterizado para cubrir las necesidades básicas de las comunidades , mediante el presente proyecto que se realizará se va implementar el control y organización del minimarket “Romero” lo cual se caracteriza por abastecer al mercado con productos de primera necesidad, es un negocio que está abierto para atención al público en el minimarket “Romero” ofrece en la actualidad producto varios para su adquisición, se realiza promociones para que de esta forma se obtenga un mayor volumen de ventas, la ubicación del minimarket “Romero” se encuentra localiza en una zona principal donde las personas tienen mayor accesibilidad para poder realizar sus compras.

La investigación de esta problemática social se realizó por la falta de control y desorganización de minimarket “Romero” ha causado los siguientes inconvenientes como que los productos no están bien perchados, no hay control en el ingresos de la mercadería y tampoco se realiza el arqueo de caja diariamente donde no se reflejan las ganancias que se han obtenido, en cuanto a esto se trabajará para mejorar el minimarket “Romero” todos los productos en buen estado y en orden para dar una presentación adecuada de esta manera no tenga que irse a otro lugar el cliente ,se trabajara con el sistema peps (primero entrar y primero en salir) tendrá el control de inventario a diario de la mercadería que ingresa y sale para que de esta forma el cliente sienta una confianza del 100% en los productos que adquiera en el minimarket.

Adicional a esto el minimarket “Romero” pese al tiempo que tiene en el mercado no ha podido legalizarse debido que no cuenta con la documentación en regla como se refiere a los permisos, señalización, letrero del nombre del establecimiento y por este motivo no podido desarrollarse por la falta de conocimiento al realizar el trámite de los documentos del lugar.

Capítulo II

Se realizó el proyecto del minimarket "Romero" debido que es un establecimiento que tiene más de 25 años en el mercado y pese a este tiempo no ha logrado establecerse como un negocio rentable por la mala administración debido a esto no se ha obtenido los resultados favorables pese a su antigüedad en el mercado, específicamente se desea incrementar los ingresos para de esta forma tener una utilidad, al realizar los cambios en su estructura organizacional permitirá llevar un orden y un mejor manejo del dinero que ingresa diariamente, la meta que se establezcan deben concretarse en obtener un mayor número de clientes que se puedan fidelizar hacia el minimarket "Romero"

Mediante este plan de mejora se va a legalizar el minimarket "Romero" debido que por la falta de conocimiento de cómo realizar este tipo de trámite no lo han hecho, sin embargo, mediante este proyecto se va a lograr de que pueda ser un establecimiento legal para de esta forma evitar tener futuros inconveniente con el municipio de Guayaquil que podrían ocasionar el cierre del local y claro está que no se quiere llegar a este tipo de situación porque perjudica los ingresos del minimarket "Romero"

Capítulo III

En primer lugar, se realiza este plan de mejora con la finalidad de ahorrar tiempo y dinero debido a que se implementará un sistema de cobro e inventario para mejorar el control de los ingresos porque todo será contabilizado se llevará el control de los productos que ingresan y salen así será una forma más fácil de trabajar dentro del minimarket "Romero". Se ofertará los productos con precios bajos y accesibles para los clientes de esta forma se va fidelizar a cada consumidor para que pasen la voz del trato y de la comodidad de adquirir los productos del minimarket "Romero"

El minimarket "Romero" será una nueva fuente de trabajo para la sociedad donde contará con beneficios para los trabajadores y se medirá la competitividad que puede tener cada persona que labore dentro de la empresa.

Adicional a esto el minimarket “Romero” contará con servicios adicionales debido que por ser un establecimiento donde acuden varias personas que aparte de hacer sus compras podrán realizar los pagos de servicios básicos e incluso realizar depósitos y retiros de sus cuentas debido que piensa aliarse con las cadenas de este tipo de servicio para de esta forma obtener más cliente.

Es un establecimiento que será útil para los moradores del barrio del suburbio y para las personas que pasen por esta zona al encontrarse ubicado en la avenida principal para que los consumidores tengan la mayor accesibilidad de adquirir los productos como aguas, colas, piqueos, legumbres y diversos productos en el minimarket “Romero” de esta manera puedan abastecerse los clientes. Se realizó un estudio del mercado para de esta forma contar con todos los productos necesarios y que cada persona que se acerque pueda llevar todos los productos que estén necesitando, porque es muy importante que cada persona que compre pueda dar una referencia excelente y así pasan la voz de que el establecimiento cuenta con todos los productos se caracterizará por estar siempre abastecidos y evitar que los clientes tengan que acudir a la competencia.

El manejo y control del minimarket “Romero” es de suma importancia para proteger y controlar los bienes de activos fijos o que posea el establecimiento. En el desarrollo del sistema es importante para obtener un control más adecuado de la mercadería, los cambios y variaciones en los costos y productos hacen necesario nuevas formas de prevención de servicios y pedidos de nuevos productos trabajando bajo la ley del consumidor sin tener alteraciones en precios y que el cliente esté satisfecho, lo trabajadores gozarán de los beneficios de ley amparándose bajo el código de trabajo.

Capítulo IV

Se va a profundizar desde una perspectiva más clara de la administración del minimarket “Romero” donde se aplicará los conocimientos adquiridos durante la carrera de Administración de empresas donde se aplicara el desarrollo de técnicas, estrategias el Poa, para de esta forma organizar las actividades que se vayan a realiza anualmente, de esta forma

se le dará un giro positivo, para poder evidenciar cómo se va administrar el minimarket “Romero” llevando el control de inventario diario y una organización en la mercadería para que así obtenga mayores ingresos y utilidades realizando los respectivos balances y estado de resultado para que nos indica los márgenes de ganancia que está obteniendo el minimarket.

De manera profesional puede evidenciar los resultados favorables que se obtendrá en el minimarket llevando una administración adecuada donde de manera social se trabajara bajo el código de trabajo y con el mejoramiento se ampliará el negocio lo cual será favorable para la sociedad porque se generará fuente de trabajo para la causa más alta del país que es el desempleo, se trabajara bajo una modalidad correcta respetando los derechos del trabajador. Se puede verificar que se está trabajando de una manera profesional porque se lo demuestra en cada movimiento que se realice al elaborar el plan de mejora del minimarket.

Problema General.

¿Cómo influye la falta de control y de organización en el minimarket “Romero”?

Objetivo General.

El objetivo general es implementar un mecanismo de control y organización para el minimarket “Romero” del suburbio de Guayaquil en el periodo 2019 -2020.

La presente investigación se lleva a cabo con el siguiente análisis.

Capítulo I: En este capítulo se va a detallar la introducción del presente proyecto seguido de las partes consecuentes como veremos que es la fundamentación que está compuesta por el marco histórico, marco teórico, marco conceptual y marco legal

Capítulo II: Abarca específicamente de los métodos aplicados en base al presente proyecto donde se va a detallar que tipo de estudio se realizó y se lo explicará en breves rasgos.

Capítulo III: Donde se expondrá los rasgos distintivos de la alternativa de acciones que se emplearan al desarrollar la propuesta y dar una solución al problema planteado.

1.CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN

1.1 MARCO HISTÓRICO.

En los años 1821 mercados funcionaban de tal manera que los comerciantes realizaban trueques de los productos para de esta forma obtener una ganancia por ellos, el comercio en aquella época era totalmente informal con el transcurso de los tiempos fue evolucionando los establecimientos unos son de diferentes tamaños donde se dirigen las personas para adquirir sus alimentos.

Además, la mayoría de alimentos no vienen en empaques individuales, por lo que el comerciante tenía que mediar en cantidades exactas según lo que desee cliente, el proceso de compra era lento debido a que las tiendas no contaban con el personal adecuado para su atención.

En 1951 se puede decir que se refería a los minimarket como una tienda con secciones divididas donde se encontraban perchados los productos para su venta, como sección de legumbres, carne, lácteos y productos de limpieza. M.M. Zimmermam nos indica otra definición de los supermercados es que son lugares enormes con varias secciones donde se reflejan los productos de venta, adicional a esto se realizan estrategias para poder realizar un volumen elevados de ventas para el público y así lograban un margen de ventas más elevados.

En el siglo XX los minimarket han evolucionado de una manera sorprendente debido que ciertos lugares cuentan con características particulares como carritos de compras donde el cliente traslada sus productos para llevarlos hasta la caja registradora donde se efectúa el pago de los víveres y así cada administrador tiene diferentes estrategias de llamar la atención de los cliente como perchar los productos en repisas altas para que se vean a la vista del consumidor o realizar rebajas en ciertos días de ciertos productos donde para el consumidor es más atractivo ya que puede comprar más aun precio cómodo y al alcance de su bolsillo.

1.1.1. Breve historia del Minimarket “Romero”

La historia del minimarket “Romero” empieza cuando dos padres de familia deciden que para tener ingresos en su hogar deben hacerlo de alguna forma y surge la idea de implementar en el barrio alcázar del suburbio una pequeña tienda en el año de 1995, empezando con un capital en ese tiempo en sucres moneda actual en la fecha mencionada de 50 mil sucres donde abastecía a los moradores de este sector sin ningún inconveniente porque en esas fechas no había mucha competencia pero al pasar de los años se amplió el negocio y pasó a ser un minimarket donde esta zona del suburbio es ahora más comercial y existe mucha competencia y el minimarket “Romero” persiste cada día en seguir adelante realizando nuevas promociones para de esta forma atraer clientes.

Antecedentes investigativos sobre el tema plan de mejora de un “minimarket”:

Mediante este estudio vale acotar que a lo largo de los años hay varios trabajos de tesis realizados en diferentes universidades con respecto al presente proyecto de tesis que se va a plantear será un plan de mejora debido a la preocupación que existe al querer tener un mayor ingreso en ventas y en volumen de cliente a más de tener una mejor organización y control en establecimiento que se va a mejorar donde podemos destacar los siguientes trabajos de tesis.

En la tesis plan de mejora para el comercial “Mega Market” ubicado en el cantón General Villamil Playas” proyecto presentado por Selena Ariana Moreno Quimis para obtener el título de tercer nivel en Tecnología en Administración de Empresas, en el año 2019 en el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial ,lo realizó con el propósito de mejorar el comercio del presente proyecto del “Mega Market” debido que había una deficiencia en su local al no contar con un organigrama donde se reestructuró los departamentos y se le dio una imagen diferente al local para tener más fluencias de clientes. teniendo un establecimiento donde pueden adquirir todos los productos de primera necesidad cerca de sus hogares.

En la tesis “plan de negocio para la creación de un minimarket en la ciudadela sauces IV de la ciudad de Guayaquil” ubicada en la parroquia Tarqui sector norte de la ciudad de Guayaquil presentado por Jesús Patricio Parra Mera y Blanca Honoria Suárez Morales previo a la obtención del Título de Ingeniería Comercial por la Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Ingeniería Comercial Distancia Virtual, el presente proyecto se realizó con la finalidad de dar la comodidad a los moradores del sector norte ciudadela sauces debido que como es una zona comercial deciden implementar este negocio con el fin de ahorrar tiempo y dinero al consumidor quedándose a realizar sus compras en el minimarket evitando que se traslade hacia un supermercado que puede ser un poco molesto ,al cliente se le ahorra tiempo quedando en el mismo sector adquiriendo sus productos de primera necesidad y sobre todo en buen estado.

Se puede evidenciar que los trabajos investigativos han sido elaborados por diferentes instituciones educativas donde se refleja el trabajo y esfuerzo además de que aplican diferentes objetivos, metodologías y propuestas y se ve el sentido de pertenencia de cada uno de los autores de tesis.

1.2 MARCO TEÓRICO.

Administración.

Teniendo en cuenta que el administrador no es el ejecutor, sino el responsable del trabajo de los subordinados a él, no puede cometer errores o recurrir a estrategias de ensayo y error, ya que esto implicaría conducir a los subordinados por el camino menos indicado. (Chiavenato, 2006, pág. 12)

(Ponce, 2007, pág. 47) Se puede indicar que la administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social, es la técnica de la coordinación de las cosas y personas que integran una empresa.

(Galindo, 2017, pág. 4) Se define a la administración de la siguiente forma porque comprende la coordinación de hombres y recursos materiales para el logro de ciertos objetivos. Incluye un proceso de planeación, organización, dirección y control de actividades, es el subsistema clave dentro del sistema organizacional.

La administración se puede indicar que corresponde al término de administrar bajo normas y parámetros establecidos los cuales se pueden emplear en diferentes áreas o situaciones donde la finalidad es obtener un resultado positivo de lo que se está administrando.

Planificación.

(Saavedra Guzmán; Castro Zea; Restrepo Quintero; Rojas, 2017, pág. 33) La planificación no es solamente una disciplina, también es un proceso que se realiza individual, grupal, empresarial e institucionalmente, durante un tiempo denominado horizonte de planificación y un espacio, con unos métodos instrumentos y recursos determinados.

Podemos comenzar (Matilla i Serrano, 2008, pág. 17) menciona que la planificación es un término que define un conjunto de acciones orientadas al logro de un resultado claramente definido, siempre y cuando se posea un alto nivel de certidumbre sobre la situación en que estas van a llevarse a cabo, y un elevado control de los factores que permitirán que se alcance el resultado perseguido.

(Gil Estallo, 2002, pág. 9) Menciona que planificar es anticiparse al futuro, la planificación es el proceso de decidir anticipadamente que se ha de hacer y como se ha de hacer, lo cual implica la selección de objetivos y el desarrollo de políticas, programas y presupuestos para alcanzarlos.

Se puede definir que la planificación es un conjunto de acciones que se desea ejecutar en un tiempo determinado para lograr un objetivo establecido, donde las personas no se dejan llevar por corazonadas si no que realizan la planificación para anticiparse a lo que pueda suceder.

Estrategia.

El modelo de estrategias de creación empresarial está diseñado para aprender a manejar negocios de manera independiente. Se basa en la descripción de las principales ideas conceptuales acerca del tema y el desarrollo de talleres y casos que facilitan la descripción de las ideas de negocio. (Palacios, 2015, pág. 3)

Planeación Estratégica.

La planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así, como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro. (Amaya, 2005, pág. 19)

Se puede definir la estrategia como un plan de acción donde se ejecuta un proceso para mejorar un negocio con diferentes tácticas que harán que se desarrolle de manera correcta la meta establecida.

Plan de mejora.

El plan de mejora es un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones, para así obtener resultados eficientes. Como un punto clave relevante del plan de mejora es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuyan al progreso constante. (Proaño Villavicencio Diana Ximena, 2017, pág. 52)

Por otra parte (Educentro, 2015, pág. 203) menciona que la mejora continua implica tanto la implantación de un sistema como el aprendizaje permanente de la organización, el seguimiento de una filosofía de gestión y la participación activa de todas las personas. Las instituciones no pueden seguir sin utilizar plenamente la capacidad intelectual, creativa y la experiencia de su capital humano.

Teniendo en cuenta la opinión (Aneca, 2017, pág. 4) el plan de mejoras integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido.

Define que el plan de mejora es un proceso para alcanzar una calidad total dentro de las organizaciones para obtener resultados favorables donde se evidencie la eficiencia y la eficacia, el punto clave de el plan de mejora es que al momento de ejecutar los procesos se los realice con un personal comprometido para que contribuyan de una constante para obtener un progreso.

Liderazgo

Por otra parte. (Deming, 1982, pág. 42) , menciona como trabajar bajo una persona líder, se puede decir que el liderazgo lo define como la tarea de dirección no consiste en supervisar, varias tareas asignadas por un líder. La idea de la calidad del producto y servicio, y la traducción desde la idea al diseño y al producto real. La necesaria transformación de estilo de gestión occidental requiere que los directores son líderes.

(Santiago, 2000, pág. 10) De esta forma considera al liderazgo relacional, el elemento que define la relación de influencia es el tipo de motivación del colaborador, el comportamiento del líder sigue siendo un elemento crítico en la relación, pues puede afectar en gran medida a las motivaciones que llevan al colaborador a mantener la relación. Por

ejemplo, que el tipo de influencia en la relación sea de tipo económico puede deberse a que el colaborador sólo está interesado en el intercambio económico.

Así mismo menciona que el liderazgo es un proceso de influir a otras personas y guiarlas para que trabajen con entusiasmo. El objetivo común se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar e impulsar a un grupo consolidado para de esta forma el desempeño de las personas sea el idóneo ,de una gestión orientada hacia el objetivo planteado. (Bolaños, 2014, pág. 4)

El liderazgo es una forma de estar más pendiente de un colaborador debido que sentirá más confianza, así mismo un trato cordial con los empleados y de esta forma se cumplan la meta planteada, un líder tiene la capacidad de comprender y asumir las responsabilidades que tenga.

Los catorce puntos de Deming.

Las cuatro funciones de la Administración se pueden identificar con toda claridad en el ejercicio contemporáneo de la administración, sin embargo, muchas veces hay que buscar abajo de la superficie para identificarlas en ciertas actividades administrativas: por ejemplo, los catorce puntos que propuso Deming uno de los líderes del movimiento en pro de la calidad, como lineamiento para los mandos altos. (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 14;15)

1. Se debe conseguir constancia de propósito en mejorar los productos y servicios.
2. Adoptar la nueva filosofía.
3. No depender de las inspecciones masivas.
4. Acabar con la costumbre de otorgar negocios solo con base en el precio.
5. Mejorar, en forma constante y permanente, el sistema de producción y de servicios,
6. Instituir métodos modernos de capacitación de trabajo.
7. Instituir el liderazgo.
8. Por otra parte, acabar con el miedo.
9. Abatir los obstáculos entre las áreas administrativas.

10. Eliminar los lemas, exhortos y objetivos destinados a los trabajadores.
11. Eliminar las cuotas numéricas.
12. Abatir los obstáculos que impiden enorgullecerse del trabajo.
13. Instituir un programa vigoroso para estudio y organización.
14. Tomar medidas para lograr la transformación

Organización

Define a la organización en pocas palabras como un “sistema de actividades o fuerza conscientemente coordinadas de dos o más personas. (Munguía & Melgoza, 2006, pág. 19)

Explica que su definición de organización es la que los sociólogos utilizan para las organizaciones formales; por esta razón, las organizaciones son modelos explícitos de actividades humanas que comienzan a funcionar solo cuando se han determinado los puestos que serán ocupados por personas que han de cumplir con ciertos roles o papeles, así como con las actividades que se les encomiende. (Ponce, Administración Moderna, 2004, pág. 20)

Define que la organización debe concebirse como una interdependencia de las distintas partes organizadas pero una interdependencia que tiene grados. Ciertas interdependencias internas deben ser más importantes que otras, lo cual equivale a decir que la interdependencia interna no es completa. (Zapata Domínguez, 2008)

La organización la define los sociólogos como actividades humanas que empiezan a funcionar solo cuando se asignan las tareas o se plantean el área donde se va a desempeñar una persona que va a cumplir ciertos roles o papeles para que así empiece organizar su puesto, son actividades coordinadas de una o más personas donde se estudian los aspectos de una organización.

Control.

Por otra parte (Amat, 2007, pág. 26) menciona que el control de gestión ya sea poco o muy formalizado, es fundamental para asegurar que todas y cada una de las actividades de una empresa se realicen de la forma deseada y contribuyan a la consecución de los objetivos globales.

Se puede indicar que el control es muy general y puede ser utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico. (Rojas M;Correa A;Gutierrez F, 2012, pág. 25)

Según (Veiga, 2013, pág. 29) el control de gestión es la función por la cual la dirección se asegura que los recursos son obtenidos y empleados eficaz y eficientemente para el logro de los objetivos de la organización el propósito es gobernar la organización para que desarrolle las estrategias seleccionadas para alcanzar los objetivos planteados.

Se puede definir que el control es la medición de los objetivos planteados para de esta forma medir si existe algún progreso sobre la meta establecida, se llama control a la corrección de errores para que no sean emitidos nuevamente.

1.3 MARCO CONCEPTUAL.

El marco conceptual se refiere a las definiciones que se plasmaran a lo largo del desarrollo del presente trabajo, donde se va a describir las palabras claves para obtener una idea más clara de toda la investigación.

Administración

Una función relacionada con la organización y operación del proceso de producción con el fin de lograr metas específicas, a corto y largo plazo.

Planificación

Se lo define como esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos

Control

El control es una de las etapas que forman el proceso administrativo, donde se verifica que se cumplan con todos los procedimientos.

Dirección

Dentro de ella se encuentra la ejecución de planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización.

Rentabilidad

Se refiere a la capacidad de una inversión determinada de arrojar beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un periodo de tiempo.

Reestructurar

Significa modificar la manera en que está estructurada una organizada o cierta cosa.

Mejorar

Adelantar algo o acrecentar una cosa haciéndola pasar de un estado positivo o favorable.

Implementar

Hace referencia a la puesta en marcha de una iniciativa, lo implementado

Cronograma

Significa que es una gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.

Visión

Una organización plantea a largo plazo sobre un plan o proyecto planteado como espera que sea su futuro.

Misión

Es la actividad que la organización realice, así como el entorno en el que se encuentre y de los recursos de los que se dispone.

Estructura organizacional

Es una jerarquía y donde se reporta el trabajo, estructura organizacional donde se identifica cada puesto, su función y donde se reporta dentro de la organización para así llevar un ritmo de trabajo favorable.

Planteamiento

Se expone un plan o proyecto que se desea mejorar a largo, mediano y largo plazo ya sea por una mejora de un problema.

Trabajo en equipo

Es un grupo de personas con perspectivas organizadas y claras sobre sus metas Trabajo en equipo es el trabajo hecho por varias personas.

1.4 MARCO LEGAL.

1.4.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 34.- Como es decretado en el artículo en mención la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Todas las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

1.4.2 Plan nacional de desarrollo 2017-2021- toda una vida

Objetivo 5

Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria.

El objetivo 5 indica que generar trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

Sobre la contratación de bienes y servicios, hubo recurrentes propuestas para que esta sea desarrollada de manera más inclusiva; es decir, favoreciendo la producción nacional, la mano de obra local, la producción de la zona, con especial énfasis en los sectores sociales más vulnerables de la sociedad y la economía. Asimismo, se ha destacado la importancia de fortalecer la asociatividad y los circuitos alternativos de cooperatividad, el comercio ético y justo, y la priorización de la Economía Popular y Solidaria.

La ciudadanía destaca que para lograr los objetivos de incrementar la productividad, agregar valor, innovar y ser más competitivo, se requiere investigación e innovación para la producción, transferencia tecnológica; vinculación del sector educativo y académico con los procesos de desarrollo; pertinencia productiva y laboral de la oferta académica, junto con la profesionalización de la población; mecanismos de protección de propiedad intelectual y de la inversión en mecanización, industrialización e infraestructura

productiva. Estas acciones van de la mano con la reactivación de la industria nacional y de un potencial marco de alianzas público-privadas.

En resumen, en las mesas de diálogo se propone la promoción y ampliación de mecanismos y acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, bajo criterios de negociaciones equilibradas, complementación económica y reducción de asimetrías comerciales.

Políticas

5.6 Impulsar la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual.

1.4.4 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

TITULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 2.- Actividad Productiva. – se manifiesta que la actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 10.- El Salario Digno. - A partir del ejercicio fiscal 2011, los empleadores señalados en el inciso siguiente, que no hubieren pagado a todos sus trabajadores un monto igual o superior al salario digno mensual, deberán calcular una compensación económica obligatoria adicional que será pagada como aporte para alcanzar el Salario Digno, únicamente a favor de aquellos trabajadores que durante el año hubieran percibido un salario inferior al señalado en el artículo nueve.

La Compensación económica señalada en el inciso anterior, será obligatoria para aquellos empleadores que:

- a. Sean Sociedades o Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad;
- b. Al final del período fiscal tuvieran utilidades del ejercicio; y,
- c. En el ejercicio fiscal, hayan pagado un anticipo al impuesto a la Renta inferior a la utilidad.

De otra parte, la Compensación Económica se liquidará hasta el 31 de diciembre del ejercicio fiscal correspondiente y se podrá distribuir hasta el mes de marzo del año siguiente, por una vez al año, entre los trabajadores que no hubieran recibido el salario digno en el ejercicio fiscal anterior. Para el pago de la Compensación Económica, el empleador deberá destinar un porcentaje equivalente de hasta el 100% de las utilidades del ejercicio, de ser necesario.

En caso de que el valor descrito en el inciso anterior no cubra la totalidad del salario digno de todos los trabajadores con derecho a la Compensación Económica, esta se repartirá entre dichos trabajadores, de manera proporcional a la diferencia existente entre los componentes para el cálculo del salario digno y el salario digno señalado en el artículo 8 de este Código.

Esta Compensación económica es adicional, no será parte integrante de la remuneración y no constituye ingreso gravable para el régimen de seguro social, ni para el impuesto a la renta del trabajador, y será de carácter estrictamente temporal hasta alcanzar el salario digno.

TÍTULO III

De la Generación de un Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento. - El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de

competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros.

Del Desarrollo Empresarial De Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas, Y De La Democratización De La Producción.

TÍTULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- las MIPYMES. La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

1.4.5 Código Tributario.

Libro Primero.

LO SUSTANTIVO TRIBUTARIO

TÍTULO I

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES.

Art. 2.- Supremacía de las normas tributarias. – Menciona que se debe tener presente que el Código y de las demás leyes tributarias, prevalecerán sobre toda otra norma de leyes generales. En consecuencia, no serán aplicables por la administración ni por los órganos jurisdiccionales las leyes y decretos que de cualquier manera contravengan este precepto.

Art. 4.- Reserva de ley. - Las leyes tributarias determinarán el objeto imponible, los sujetos activo y pasivo, la cuantía del tributo o la forma de establecerla, las exenciones y deducciones; los reclamos, recursos y demás materias reservadas a la ley que deban concederse conforme a este Código.

Art. 6.- Fines de los tributos. - Los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y En ejercicio de esta facultad no podrá suspenderse la aplicación de leyes, adicionarlas, reformarlas, o no cumplirlas, a pretexto de interpretarlas, siendo responsable por todo abuso de autoridad que se ejerza contra los administrados, el funcionario o autoridad que dicte la orden ilegal.

Art. 8.- Facultad reglamentaria de las municipalidades y consejos provinciales. - Lo dispuesto en el artículo anterior se aplicará igualmente a las municipalidades y consejos provinciales, cuando la ley conceda a estas instituciones la facultad reglamentaria.

Art. 9.- Gestión tributaria. - La gestión tributaria corresponde al organismo que la ley establezca y comprende las funciones de determinación y recaudación de los tributos, así

como la resolución de las reclamaciones y absolución de las consultas tributarias.
Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa

Art. 11.- Vigencia de la ley. - Las leyes tributarias, sus reglamentos y las circulares de carácter general, regirán en todo el territorio nacional, en sus aguas y espacio aéreo jurisdiccional o en una parte de ellos, desde el día siguiente al de su publicación en el Registro Oficial, salvo que establezcan fechas especiales de vigencia posteriores a esa publicación. Sin embargo, las normas que se refieran a tributos cuya determinación o liquidación deban realizarse por períodos anuales, como acto meramente declarativo, se aplicarán desde el primer día del siguiente año calendario, y, desde el primer día del mes siguiente, cuando se trate de períodos menores.

Art. 13.- Interpretación de la ley. - Las normas tributarias se interpretarán con arreglo a los métodos admitidos en Derecho, teniendo en cuenta los fines de las mismas y su significación económica. Las palabras empleadas en la ley tributaria se entenderán conforme a su sentido jurídico, técnico o usual, según proceda, a menos que se las haya definido expresamente. Cuando una misma ley tributaria contenga disposiciones contradictorias, primará la que más se conforme con los principios básicos de la tributación.

Art. 14.- Normas supletorias. - Las disposiciones, principios y figuras de las demás ramas del Derecho, se aplicarán únicamente como normas supletorias y siempre que no contraríen los principios básicos de la tributación. La analogía es procedimiento admisible para colmar los vacíos de la ley, pero en virtud de ella no pueden crearse tributos, exenciones ni las demás materias jurídicas reservadas a la ley.

TÍTULO II

DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Capítulo I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 15.- Concepto. – Todo en relación a la obligación tributaria son el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

Art. 17.- Calificación del hecho generador. – Acotando que el hecho generador consista en un acto jurídico, se calificará conforme a su verdadera esencia y naturaleza jurídica, cualquiera que sea la forma elegida o la denominación utilizada por los interesados. Cuando el hecho generador se delimite atendiendo a conceptos económicos, el criterio para calificarlos tendrá en cuenta las situaciones o relaciones económicas que efectivamente existan o se establezcan por los interesados, con independencia de las formas jurídicas que se utilicen.

Capítulo II

DEL NACIMIENTO Y EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Art. 18.- Nacimiento. - La obligación tributaria nace cuando se realiza el presupuesto establecido por la ley para configurar el tributo.

Art. 19.- Exigibilidad. - La obligación tributaria es exigible a partir de la fecha que la ley señale para el efecto. A falta de disposición expresa respecto a esa fecha, regirán las siguientes normas

1a.- Cuando la liquidación deba efectuarla el contribuyente o el responsable, desde el vencimiento del plazo fijado para la presentación de la declaración respectiva;

2a.- Cuando por mandato legal corresponda a la administración tributaria efectuar la liquidación y determinar la obligación, desde el día siguiente al de su notificación.

Capítulo III

DE LOS INTERESES

Art. 21.- Intereses a cargo del sujeto pasivo. - (Reformado por el **Art. 1** de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007). - La obligación tributaria que no fuera satisfecha en el tiempo que la ley establece, causará a favor del respectivo sujeto activo y sin necesidad de resolución administrativa alguna, el interés anual equivalente a 1.5 veces la tasa activa referencial para noventa días establecida por el Banco Central del Ecuador, desde la fecha de su exigibilidad hasta la de su extinción.

Este interés se calculará de acuerdo con las tasas de interés aplicables a cada período trimestral que dure la mora por cada mes de retraso sin lugar a liquidaciones diarias; la fracción de mes se liquidará como mes completo.

Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa Este sistema de cobro de intereses se aplicará también para todas las obligaciones en mora que se generen en la ley a favor de instituciones del Estado, excluyendo las instituciones financieras, así como para los casos de mora patronal ante el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

1.4.6 Ley de Propiedad Intelectual

LA COMISION DE LEGISLACION Y

CODIFICACION

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE PROPIEDAD

INTELECTUAL TITULO PRELIMINAR

Art. 1.- La ley intelectual preliminar reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de manera de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la

Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador. La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos;
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones;
 - b) Los dibujos y modelos industriales;
 - c) Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g) Los nombres comerciales;
 - h) Las indicaciones geográficas;
 - i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
3. Las obtenciones vegetales. Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

SECCIÓN IV

DE LOS DERECHOS QUE CONFIERE LA PATENTE

Art. 149.- La patente confiere a su titular el derecho a explotar en forma exclusiva la invención e impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquiera de los siguientes actos:

- a) Fabricar el producto patentado;
- b) Ofrecer en venta, vender o usar el producto patentado, o importarlo o almacenarlo para alguno de estos fines;
- c) Emplear el procedimiento patentado;

- d) Ejecutar cualquiera de los actos indicados en los literales
- a) Y
- b) respecto a un producto obtenido directamente mediante el procedimiento patentado;
- e) Entregar u ofrecer medios para poner en práctica la invención patentada;
- f) Cualquier otro acto o hecho que tienda a poner a disposición del público todo o parte de la invención patentada o sus efectos.

1.4.7 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 2.- Definiciones. – el siguiente artículo es muy claro con la ley, se entenderá por: Anunciante. - Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello.

Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Contrato de Adhesión. - Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de Devolución. - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación. - Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial. - Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta. - Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor. - Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad. - La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad Abusiva. - Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

Publicidad Engañosa. - Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Servicios Públicos Domiciliarios. - Se entienden por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicio de energía eléctrica, telefonía convencional, agua potable u otros similares.

Distribuidores o Comerciantes. - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

Productores o Fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

Importadores. - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores. - Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Es fundamental que consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

CAPITULO XII

Control de Calidad.

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados. - El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial y agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 67.- Delegación. - El Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN - y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el Art. anterior, a los Municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

1.4.8 Normas Regulatorias para cadenas de Supermercados y sus Proveedores

Resolución 14 Registro Oficial 950 de 22-feb.-2017

CAPITULO III

PRECIOS, PAGOS Y RETENCIONES

Art. 10.- PRECIOS DE PRODUCTOS. – Dentro de las normas obligatorias los precios de productos se fijarán de común acuerdo entre las partes. De acuerdo con lo establecido en el artículo 9 numeral 4), de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, constituye abuso de poder de mercado la fijación de precios predatorios y/o

precios explotativos. Los precios se acordarán en base a la dinámica del mercado y en cumplimiento con las normas legales aplicables a nivel nacional.

Art. 11.- MEDIOS DE PAGO. - Los operadores económicos sujetos a esta norma, para sus transacciones comerciales, acordarán los medios de pago legales vigentes en el país.

CAPITULO V

RECEPCION Y DEVOLUCION DE MERCADERIA

Art. 20.- EFICIENCIA LOGISTICA Y ADMINISTRATIVA. - Las cadenas de supermercados deben desarrollar capacitaciones ya sea por medios presenciales, semipresenciales, virtuales o a distancia, a criterio de las cadenas de supermercados sin costo para los proveedores, que incluyan cursos, seminarios y otros, orientados a mejorar los conocimientos y las habilidades de los proveedores en materia de entrega eficiente de mercadería. En especial se realizarán capacitaciones a sus proveedores cada vez que existan cambios importantes en procedimientos logísticos en la entrega-recepción de mercadería.

Art. 21.- RECEPCION DE PRODUCTOS. - Los operadores económicos sujetos a las disposiciones de esta regulación deben establecer sus políticas de entrega recepción de productos tomando en consideración los siguientes lineamientos de prácticas que promueven la competencia, por lo que procurarán:

1. Que los aspectos relacionados con la logística de entrega-recepción en los puntos de venta o de entrega sean acordados previamente con los proveedores, y de ser el caso, en el contrato de provisión se contemple la entrega parcial de mercadería mediante órdenes de compra;

2. Que se utilicen tecnologías de información accesibles que agilicen y den mayor eficiencia a la administración de los inventarios y entrega de productos, las cuales sean conocidas por las partes con la debida antelación a la entrega del producto;

3. Que se mantenga una comunicación abierta y eficaz con sus proveedores y, de ser posible, incorporarán sistemas informáticos que faciliten el abastecimiento periódico y permanente de productos;

4. Que las causas que provocan la devolución de productos, así como las que provocan retrasos en la entrega de mercadería, deberán ser publicadas en la página web para conocimiento de los proveedores;

5. Que los cambios en procedimientos de entrega-recepción sean conocidos por las partes con una anticipación mínima de quince (15) días, por escrito o por medios electrónicos de acuerdo a la Ley de Comercio Electrónico;

6. Que se establezcan mecanismos precisos para que las entregas sean eficaces y que permitan una reducción en costos y tiempos. De igual forma, acordarán los horarios de entrega implementando métodos y procedimientos que permitan eliminar o reducir los tiempos de espera en la entrega-recepción del producto;

7. Que los horarios de entrega-recepción se aplicarán de manera precisa y su incumplimiento por efecto de caso fortuito o fuerza mayor no generará ninguna clase de gravamen en contra de los proveedores; asimismo, los retrasos justificados de hasta dos (2) horas tampoco generarán cualquier tipo de multa o sanción; y,

8. Que se firme un acta de entrega-recepción cada vez que el proveedor entregue la mercadería, misma que incluya el lote de mercadería entregada, así como la fecha de elaboración y caducidad de la misma; salvo que por las características propias del producto no se disponga de dicha información, lo cual debe estar justificado e indicado en el acta de entrega-recepción.

Art. 22.- DEVOLUCIONES DE PRODUCTOS. - Se prohíbe a las cadenas de supermercados la devolución y/o cambio de productos, luego de haberse firmado el acta de entrega-recepción y emitida su respectiva factura; salvo por las siguientes razones:

1. Errores de fabricación, rotulado o producción;

2. Suspensión o inhabilitación del registro sanitario;
3. Detección de incumplimiento de la normativa aplicable;
4. Fallas o inconsistencias en la presentación del producto;
5. Cuando la mercadería no ha cumplido con lo acordado o pactado en el contrato de provisión;
6. Cuando el producto no cumple con lo establecido en el acta de entrega recepción, referente a la vida útil del mismo;
7. Casos en los que se comprometa de manera inminente la salud pública o exista gravedad manifiesta; y,
8. Casos en los que se apliquen reformas o cambios normativos u orden de autoridad competente. Las devoluciones y/o cambios de productos por razones ajenas a las citadas, podrán realizarse en mercadería que se encuentre en periodo de prueba, previo acuerdo entre las partes.

Además, podrán pactarse otras causales de devolución diferentes a las estipuladas en el presente artículo únicamente cuando el proveedor sea una Grande Empresa. Para las devoluciones que se realicen al amparo de este artículo la cadena de supermercados deberá entregar al proveedor el producto materia de devolución en el que se pueda constatar la causal de la devolución, por la cual el proveedor extenderá la nota de crédito correspondiente.

CAPITULO II

2 CRITERIOS METODOLÓGICOS.

2.1 Tipos de investigación.

La metodología que se va a emplear en el presente proyecto será la siguiente, se plantearán dos tipos de estudios que serán el método explicativo y el método descriptivo lo cual no va ayudar a describir la situación que está pasando en el “Minimarket Romero” para de esta forma empezar a dar un giro positivo con el presente plan de mejora que se desea aplicar.

Descriptivo.

En el método descriptivo principalmente se menciona el qué, cómo, cuándo y dónde, de esta forma se describe los problemas que presenta el “Minimarket Romero” donde se va realizar un plan de mejora, dónde vamos a emplear diferentes estrategias de ventas debido que se desea mejorar el volumen de ventas, qué por una mala administración no se ha podido corregir lo que ha evitado que tenga una utilidad favorable, esto se lograra por las estrategias descritas y la fundamentación bibliográfica recopilada en las opiniones de diferentes autores,

Explicativo.

Mediante el tipo de investigación se explica los problemas que tiene el “Minimarket Romero” como se ha mencionado anteriormente la falta de control y por no tener los conocimientos adecuados de una administración adecuada se puede notar que debido a esto no se han obtenido ingresos favorables porque no cuentan con un registro de la mercadería que ingresa y sale, no se realizan registros contables de las ventas diarias que se efectúan todo esto hace que no obtengan ganancias, el mal estado de perchas y los productos con polvo hacen ver una mala imagen por lo consiguiente el cliente no se siente seguro de adquirir los productos por este motivo se va a reestructurar la estructura organizacional donde se va a aplicar el plan de mejora implementado un sistema de control de mercadería y registro de los ingresos diarios. Entre las fuentes primarias que se usaron durante la investigación se encuentran los propietarios del “Minimarket Romero” el Sr, Segundo Romero y la Sra.,

Rocío Cortez, debido son las personas quienes atienden el local, durante la observación participante, el proceso empleado dentro de este método lleva de la mano la capacitación y producción. Acotando con las siguientes fuentes secundarias se utilizó cierta información de tesis relacionadas con planes de mejora en procesos tales como tener control, ordenar y aumentar la productividad de negocios similares. Los libros que sirvieron como apoyo en el proceso de elaboración para plantear teóricamente la información detallada en la tesis de mejoramiento.

De Campo.

Se relaciona con la investigación que se realiza dentro del Minimarket “Romero” donde se va a visualizar las condiciones del establecimiento donde se puede tener una idea más clara de cómo se va a mejorar los puntos de desbalance que tiene, ya que estando en lugar de los hechos se tendrá un visión más clara para dar un solución favorable a la situación de establecimiento lo que ayudara mejorar la presentación del Minimarket “Romero” donde se realizaran cambios por dentro y por fuera del lugar.

2.2 Métodos de investigación.

En el proyecto se plantearán los siguientes métodos de investigación para obtener una mejor investigación.

Métodos Teóricos: Histórico-lógico, Análisis-Síntesis, Inducción-Deducción.

Métodos Empíricos: Observación y Entrevista

2.2.1 Método Teóricos.

2.2.1.1 Histórico lógico.

Mediante este método conocemos la historia de cómo eran los mercados en la época antigua donde se muestra cómo han tenido una evolución lo que refleja la mejora continua de cada época en la venta de víveres, de esta forma se va a conocer la historia del minimarket “Romero” desde sus inicios quienes son los creadores de esta idea de negocio que se ha mantenido en el mercado por más de 25 años.

2.2.1.2 Análisis y Síntesis.

Mediante este método se puede analizar los diferentes conceptos que en relación a el presente proyecto nos llevan investigar en el marco teórico donde mediante la opinión de diferentes autores se puede tener una visión más clara de cómo minimizar los problemas que tiene el Minimarket “Romero” como se ve reflejado en el concepto de Chiavenato que muestra el sentido de la administración menciona (que el administrador no es el ejecutor más bien es el responsable de que se cumplan los procesos), esto ayuda a que la mala administración mejore con las referencias de los autores no está de más los 14 principios de Deming que favorece a el control y dirección del Minimarket “Romero” para tener una excelencia en el proyecto, como se ha mencionado se ha analizado y se ha estudiado con 14 libros referente a los conceptos que habla de cómo llevar una buenas administración y con 10 documentos de Pdf donde nos menciona la (autora Diana Villavicencio que el plan de mejora es como ver que una idea de negocio progresa mediante la disciplina y llevando una relación con los procesos para obtener resultados eficaz y eficientes), como también

(Ponce nos detalla que la organización es plantear actividades que se realicen en un determinado orden por el ser humano para ver los resultados deseados). Después de haber analizado cada uno de los conceptos que se ayudaran a mejorar la problemática que presenta el Minimarket “Romero” se plantearan estrategias en el área ventas y llevar un control en los inventarios donde se genera la raíz de los problemas, donde se buscara una solución para mejorar el rendimiento del proyecto.

2.2.1.3 Inducción y Deducción.

Este método se ve reflejado como se suscitó los problemas generales de la problemática donde se llegó a la conclusión final de lo que se ha analizado mediante los criterios de los autores y las fuentes de investigación para de esta forma analizar con se va a plantear la solución, todo este análisis que se ha realizado tiene un enfoque mixto debido que se realizará una investigación cualitativa que nos servirá para obtener la opinión del propietario para tener la visión más

2.2.2 Método Empírico.

2.2.2.1 Observación.

El método de observación será de carácter participativo, sistemático y abierta donde se va a conocer las necesidades que se van a mejorar en el Minimarket “Romero” el tipo de observación que se va a realizar el de categoría participativa y directa, la investigación de campo será realizada por el estudiante a cargo del presente proyecto en el lugar donde se encuentra ubicado en el barrio Alcázar del Suburbio sector Suroeste de la dirección Av. La 29 y la calle P entre Q. Lo que se desea conocer es como es el comportamiento de los consumidores, como es el movimiento de ventas en el día, verificar que tipo de productos para el consumo humano ofrece el Minimarket “Romero”.

Se realiza esta observación por los problemas que presenta el minimarket “Romero” por la falta de control de inventarios y de ingreso y salida de mercadería, por no contar con organización adecuada dentro del establecimiento, esto con lleva a que no hay un mecanismo de cobro, como tener una caja registradora que ayudaría a llevar el control de las ganancias y pérdidas, mediante la técnica de observación que será de manea participativa, directa y

sistemática se llevará a cabo en tres áreas, la bodega, el área de caja y el establecimiento general.

Observación realizada el día viernes 10 de enero del 2020.

Área: bodega

Se puede ver las condiciones inadecuadas en las que se encuentra la bodega del establecimiento debido que no tienen un espacio apto para ser llamado bodega, esto se debe a que el área es pequeña y los productos están amontonados, además se puede notar que solo compran mercadería al por mayor como sal, azúcar, deca, jabones, aceites y atún y los demás productos los compran semanalmente o en ocasiones a diario lo realizan en un horario de la tarde se acercan a las tiendas de abarrotes del mercado en general para comprar, realizan esta gestión por este medio porque han comparado precios con proveedor y tienda de abarrotes y según los dueños los precios son más cómodos y más accesibles para el público de venta.

Se consulta y el minimarket “Romero” no trabaja directamente con proveedores, prefieren comprar en tiendas de abarrotes debido que no se arriesgan a adquirir mucha mercadería porque no hay mucha afluencia de clientes y esto en ocasiones les ocasionado que los productos de corta fecha de caducidad caduquen y para no tener pérdidas no se arriesgan, por otro lado, a los proveedores que si le realizan pedidos es Coca Cola y a Big Cola los únicos proveedores para el establecimiento.

Se puede evidenciar que a al área de bodega no realizan limpieza frecuentemente por lo que se visualiza los productos con polvos al momento de colocar en las perchas.

Observación realizada el día sábado 11 de enero del 2020.

Área: caja

El problema que se evidencia en esta área es que no cuentan con una caja registradora para llevar el control del dinero que ingresa al local, solo se manejan para sacar las cuentas con una calculadora por este motivo es que el negocio está perdiendo su equilibrio ya que no se cuentan con la herramienta correcta para llevar una mejor contabilidad, se puede notar que donde depositan el dinero de las ventas está conformado de la siguiente manera es una vitrina donde guardan cierta mercadería y lo que sería la superficie de la vitrina sirve para encima

poner una bandeja donde se deposita el dinero de las ventas diarias y junto a esto se encuentra la calculadora que les ayuda a sacar las cuentas que por lo general las realizan mentalmente, al finalizar el día la señora Rocío Cortez una de las propietarias realiza la suma de las ventas sin saber qué fue lo que más se vendió en el día, por lo que se evidencia no existe un control de los que se vende y se dan cuenta de lo que falta en el establecimiento porque al momento de que piden algún producto ven que ya solo que 2 o 3 y se suelen manejar con 12 productos de cada uno pero claro está que no sucede esto con todos los productos en algunos solo compran 6 unidades por como mencionaron anteriormente temen a perder ese producto porque se puede haber caducado, adicional a esto así mismo se nota que no suelen limpiar frecuentemente el área de caja por lo que se observa granos de arroz regado o de lenteja por que junto a caja del dinero se encuentra la balanza donde pesan los productos que requieren sean pesados por lo que el cliente puede pedir por libras tales como : $\frac{1}{2}$ o $1 \frac{1}{2}$ y así sucesivamente según lo que el cliente necesite para su uso personal o familiar.

Observación realizada el día Domingo 12 de enero del 2020.

Área: Establecimiento en General

Se puede notar el aspecto del establecimiento en general, las perchas esta llenas de polvos por lo que se puede evidenciar no limpian frecuentemente las perchas los productos tienen polvo, pero es porque están ubicados en una avenida principal y es evidente que se van a llenar de polvo por el moho de la calle.

Se evidencia que los productos están mal perchados e incluso hay unos que son tapados por otros productos el minimarket “Romero” casi no cuenta con publicidad de los productos al no realizar los pedidos con proveedores ya que ellos son los que les facilitan a los propietarios estas publicidades e incluso por si llegará a ver una promoción en los productos hace mucha falta de control dentro del establecimiento.

Por otra dentro de las horas que se observó se visualizó al momento de atender a los clientes no siempre salen a tiempo porque los clientes llaman dos veces siempre porque no siempre estas unas personas sentadas en el local adicional a esto no siempre saludan al cliente lo que si hacen es despedirse con “un gracias” por su compra, todos los productos que compra el cliente son guardados en fundas.

Se observa que el local no cuenta con señaléticas ni con extintor por si llegará a ocurrir un incendio y la salida de emergencia es la misma entrada y salida general de la casa, no cuentan con un cronograma de limpieza para asear el local, lo que sí es fijo es el horario de apertura que es de 7am y el cierre siempre es 23pm, el local abre todos los días, por lo general siempre la apertura la realiza el Sr. Segundo Romero (Propietario) después que el deja abierto el local es atendido por la esposa la Sra. Rocío Cortez (Propietario) y las hijas de la pareja Cinthya y María Fernanda, también se puede verificar que el local no cuenta con todos los productos debido a la falta de presupuesto no han invertido para mejorar el abastecimiento del local y la fachada porque no cuenta con un letrero visible que se note que es un minimarket las personas acuden porque el local ya tiene más de 20 años y los vecinos conocen a los dueños desde todo este tiempo y tienen la ventaja de esta en una calle principal para que tengan fácil el acceso al local.

El minimarket “Romero” mide 430 metros de ancho y cuenta con las siguientes herramientas que es este caso son: una nevera para mantener colas, hielos, leche, queso y jugos pulp, también mantienen un congelador vertical donde también exhiben colas, jugos agua mineral y cervezas, dos vitrinas donde están perchados los productos y 3 perchas donde colocan los productos para que el cliente los pueda apreciar , mantienen una balanza para pesar el arroz ya que es el producto que se vende al granel como entre otros como la lenteja, harina y frejoles.

En la parte externa del local al estar en una avenida principal no cuentan con un área de parqueo por ser un espacio pequeño, se pudo verificar que aún no cuentan con todos los permisos de funcionamiento esto se debe a la falta de conocimientos que tienen los propietarios, por este motivo mediante el plan de mejora se va a dar una mejor visión al establecimiento.

 **La técnica utilizada para esta observación fue la Guía de Observación.**

2.2.2.2 Entrevista.

Entrevista Semiestructurada.

Mediante esta entrevista se tendrá un encuentro estudiado y programado donde se abarcará una serie de preguntas, en tono de conversación con los propietarios del Minimarket “Romero”, se tratarán distintos temas de conversación referente a la situación de mejora del establecimiento ubicado en la ciudad de Guayaquil barrio Alcázar del Suburbio sector Suroeste en la Av. la 29 y la P entre calle Q.

Numero de entrevistado: dos.

Objetivo: información y orientación.

Perfil: propietarios del establecimiento.

Nombres de entrevistados: Segundo Romero; Rocío Cortez.

Fases de la entrevista.

Se realizar la entrevista en base a 4 etapas que son:

- Preparación
- Inicio o apertura
- Desarrollo
- Cierre o final
- Análisis de la entrevista.

Preparación.

La entrevista se realizará en base a las necesidades que presenta el Minimarket “Romero” con la opinión de los propietarios quienes son los que conocen a fondo su establecimiento, esta entrevista llevara a cabo 10 preguntas para obtener la información necesaria para aplicarlas en la propuesta de mejora.

Inicio o Apertura.

La entrevista se realizará a los propietarios el Sr. Segundo Romero y a su esposa la Sra. Rocío Cortez del Minimarket “Romero” con la finalidad de obtener la información necesaria para poder dar una solución adecuada y oportuna mediante el plan de mejora que se desea aplicar en el establecimiento de la ciudad de Guayaquil barrio Alcázar del Suburbio sector Suroeste Av. La 29 y la calle P entre calle Q.

Desarrollo.

En el desarrollo de la entrevista se evidencio lo importante que será el planteamiento de la propuesta para obtener los resultados requeridos por los propietarios del Minimarket “Romero” debido que en base a lo que se va analizar solo se obtiene opinión de ellos quienes son los que atienden y manejan el establecimiento y de esta forma brindar una solución oportuna y que el Minimarket “Romero” pueda incrementar las ventas y mantengan una organización adecuada para poder crecer en el mercado nacional.

Cierre o final.

Se culmina la entrevista con la opinión de los propietarios con la finalidad de que sepan que con la implementación del plan de mejora se obtendrá mayores beneficios al Minimarket “Romero” ubicado en la ciudad de Guayaquil barrio Alcázar del suburbio sector Suroeste en la Av. La 29 y la P entre calle Q.

Análisis de la entrevista.

Nombres: Segundo Romero Canales

Sexo: M

1.- ¿Cuál es el principal problema que desearía mejorar en el Minimarket “Romero”?

Entrevistado: Realmente deseo mejorar la fachada de mi local, organizar la bodega ya que no estás en las condiciones adecuadas para mantener los productos, adicional a esto quiero obtener un préstamo para ampliar más el establecimiento.

2.- ¿Estaría de acuerdo con realizar en cambio de fachada del Minimarket “Romero”?

Entrevistado:

Sí / No

3.- ¿Cree Ud. ¿Que necesitaría una capacitación de servicio al cliente para brindar un mejor trato a los consumidores?

Entrevistado:

Sí / No

4.- ¿Realiza compras directamente con los proveedores Y porque lo hace?

Entrevistado: No realizo compras con proveedores, preferimos comprar los productos en tienda de abarrotes por la comodidad de precios.

5.- ¿Cree Ud. ¿Qué se debe implementar un mecanismo de control de inventarios?

Entrevistado:

Sí / No

6.- ¿Ha utilizado estrategias de ventas para atraer más clientes? ¿Y cómo lo ha hecho?

Entrevistado: No hemos utilizado estrategias de venta por la falta de conocimientos, pero si deseáramos aplicarlas dentro del local para tener mayores ingresos.

7.- ¿Cuenta Ud. con una estructura organizacional en el Minimarket “Romero”?

Entrevistado: No contamos con una estructura organizacional porque es un negocio de familia.

8.- ¿Cree que si se realizan servicios de cobros de diversas entidades mediante una alianza estratégica obtendrían más clientes?

Entrevistado: Claro que sí, sería una estrategia efectiva para obtener más clientes.

9.- ¿Cree Ud. que si contratará un Administrador con los conocimientos adecuados el Minimarket “Romero” tendría mayor rentabilidad?

Entrevistado: claro que sí, porque ser encargaría de aplicar sus conocimientos en el local y así obtener una rentabilidad económica.

10.- ¿Estaría de acuerdo con implementar un plan de mejora para el Minimarket “Romero”?

Entrevistado: Estoy de acuerdo porque de esta manera se mejorarían varios puntos en el local como la mala organización y sobre todo contar con un mecanismo para llevar el control de los ingresos.

Nombres: Rocío Cortez Mora.

Sexo: F

1.- ¿Cuál es el principal problema que desearía mejorar en el Minimarket “Romero”?

Entrevistado: Lo que deseo mejorar es el control de los ingresos de cada día para que se vea la ganancia, la organización y mejorar la fachada del local por dentro y por fuera.

2.- ¿Estaría de acuerdo con realizar en cambio de fachada del Minimarket “Romero”?

Entrevistado:

Sí / No

3.- ¿Cree Ud. ¿Que necesitaría una capacitación de servicio al cliente para brindar un mejor trato a los consumidores?

Entrevistado:

Sí / No

4.- ¿Realiza compras directamente con los proveedores Y porque lo hace?

Entrevistado: No compramos con proveedores, preferimos comprar en tiendas de abarrotes porque nos dan a mejor precio.

5.- ¿Cree Ud. ¿Qué se debe implementar un sistema de control de inventarios?

Entrevistado:

Sí / No

6.- ¿Ha utilizado estrategias de ventas para atraer más clientes? ¿Y cómo lo ha hecho?

Entrevistado: No hemos utilizado estrategias de ventas.

7.- ¿Cuenta Ud. con una estructura organizacional en el Minimarket “Romero”?

Entrevistado: No tenemos una estructura organizacional.

8.- ¿Cree que si se realizan servicios de cobros de diversas entidades mediante una alianza estratégica obtendrían más clientes?

Entrevistado: Claro que sí, porque si se acercan a cancelar o a depositar de alguna entidad puede el cliente ir llevando productos para su uso.

9.- ¿Cree Ud. que si contratará un Administrador con los conocimientos adecuados el Minimarket “Romero” tendría mayor rentabilidad?

Entrevistado: Seria indispensable contar con un administrador.

10.- ¿Estaría de acuerdo con implementar un plan de mejora para el Minimarket “Romero”?

Entrevistado: Estoy de acuerdo en que se implemente un plan de mejora para tener un cambio total en establecimiento.

2.3 Enfoque de la investigación.

2.3.1 Enfoque Mixto.

El tipo de enfoque que se trabajará será mixto debido que permitirá realizar la parte cualitativa y cuantitativa del presente proyecto.

Cualitativa. – El método cualitativo o también conocido como investigación cualitativa se enfoca en obtener información mediante técnicas tales como la observación directa y la entrevista estructurada que se llevara a cabo en el presente proyecto donde la finalidad es conocer hechos, situaciones, comportamientos interacciones que se obtendrán mediante la observación y los gustos, preferencias, características particulares que se recolectaran mediante la entrevista estructurada.

Cuantitativa. – Mediante este método se obtendrán datos de la investigación debido que se contará con una entrevista estructurada donde se obtendrá información más detallada de los propietarios del establecimiento donde se verá la calidad y la raíz de los problemas para dar una solución adecuada.

El trabajo de investigación será de carácter mixto debido que cuenta con dos métodos cualitativo y cuantitativo lo que ayudará a obtener información adecuada para la implementación del plan de mejora en el Minimarket “Romero” y de esta forma dar un giro al cambio donde se proyecta a tener una rentabilidad en los ingresos porque el establecimiento cuenta con una antigüedad considerable en el mercado, pero lo que se busca es ganar mayor número de clientes fieles.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

3.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Plan de mejora del minimarket “Romero” en el suburbio de Guayaquil.

3.2 Objetivo de la propuesta.

El objetivo general es implementar un mecanismo de control y organización para el minimarket “Romero” del suburbio de Guayaquil en el periodo 2019 -2020.

4. FODA.

<p>Fortalezas.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Ubicación➤ Contar con local propio.➤ Buena relación con los proveedores.	<p>Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Imagen del local (fachada)➤ Sobrepasar el stock de productos.➤ Falta de aseo y orden➤ No estar capacitados.
<p>Oportunidades.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Remodelación del establecimiento.➤ Variedad de productos.➤ Conocidos en el sector suroeste.	<p>Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Desastres naturales.➤ No contar con área de parqueo.➤ Delincuencia.➤ Crisis políticas.➤ Competencia.

5. CAPA.

Corregir las debilidades.

Se va a corregir las debilidades mediante el plan de mejoras debido que se ha analizado y verificado que suelen tener mercadería de más por la mala administración y organización esto hace que los productos se encuentren sucios y desordenados, se realizara una nueva imagen del establecimiento para que sea más llamativo, con la aplicación del plan de mejora se va a capacitar a los dueños para corregir de raíz los inconvenientes.

Aprovechar las oportunidades.

Se tiene la ventaja de tener años en el mercado esto nos va ayudar a que con la remodelación del local se obtenga más clientes y se los logre fidelizar ya que se va a ofrecer una variedad de productos a los mejores precios para que estén al alcance de los moradores.

Afrontar las amenazas.

Por otra parte, ante los desastres naturales no se puede mejorar solo aceptar si llegase a ocurrir, el no contar con un área de parque no ayuda mucho al establecimiento, pero al estar en la avenida principal si porque los clientes tienen un mejor acceso para acudir a realizar sus compras, estar pendientes con cámaras de seguridad por la delincuencia y sobre todo si el país vuelve a tener una estabilidad política afecta directamente al establecimiento por la inestabilidad social.

Potencializar las fortalezas.

El tener una buena relación con los proveedores ayudan a obtener beneficios en los productos como descuentos y sobre todo contar con la entrega de mercadería a tiempo, al estar ubicados en la avenida principal ayuda a que las personas que van de paso se acerquen a adquirir algún producto que necesiten. Contar con un local propia favorece bastante porque implica que es un gasto menos porque no se paga alquiler y es un dinero que se invierta en otras actividades.

6. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Mediante esta propuesta el objetivo principal es implementar un mecanismo de control y organización para el minimarket “Romero” del suburbio de Guayaquil, para que de esta forma se obtengan mejores resultados referente a la problemática que presenta.

6.1 Colocación de rotulo en el minimarket “Romero”

Actualmente el minimarket “Romero” no cuenta con letrero visible que lo identifique como un local de atención al público, los clientes que acuden son porque saben que es un establecimiento donde se puede adquirir alimentos, mediante esta propuesta lo que se quiere es mejorar todas las falencias que tiene este establecimiento desde lo más grande hasta lo mínimo. Se puede apreciar esta es la fachada del minimarket “Romero” en el 2020, no tiene letrado visible.

Imagen #1 Minimarket “Romero” sin letrado visible.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez

6.1.1 Propuesta del Minimarket “Romero” con letrado visible.

Lo que se quiere cambiar es este caso es que el minimarket “Romero” cuente con un letrado que lo identifique, como punto primordial a si de esta forma las personas que acudan van a saber a dónde se están dirigiendo a comprar los productos y esto va a ayudar a que los clientes se sientan en confianza de saber que adquieren sus alimentos en un lugar seguro sin temor de que sea un establecimiento sin normas de seguridad.

Dentro de esta propuesta está legalizar al establecimiento, debido a la falta de conocimientos no lo han realizado con toda la documentación que se necesita.

Requisitos para proceder con el distintivo de marca que se colocara el minimarket “Romero” realizado en la página derechos intelectuales.

Marca: Ayuda a que se distinga el establecimiento de que brinda un servicio.

Tipo de marca: será denominativa debido a que se mostrará el nombre del local.

Tasa de registro de marca: apariencia distintiva \$208.00

- Procedimiento.
- Búsqueda del fondo del letrado.
- Apertura de un casillero virtual
- Presentar la solicitud en línea.
- Pago de la tasa correspondiente.
- Examen donde se verifica si cumple con todos los requisitos.
- Publicación de la marca solicitada.

- Oposición dentro del término de treinta días (verifican si no estoy usando el nombre de alguna marca planteada.).
- Registro en caso de que no exista oposición.
- Emisión del título (siempre que la marca haya sido concedida)

1. Rotulo que será colocado en la parte frontal del establecimiento.

Imagen #2 rotulo Minimarket "Romero" parte frontal.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez

6.2 Productos de aseo / organización en el minimarket “Romero”

6.2.1 Productos de aseo

Como se pudo evidenciar en la observación el minimarket “Romero” no se realiza la limpieza del local correctamente debido a que lo realizan pasando una semana, evidentemente por no tener un asesoramiento adecuado por este motivo los dueños no creen que sea indispensable el aseo en el local y al estar ubicado en una zonal principal tienen una desventaja enorme porque todo el moho de la calle se queda pegado en los productos y dan un mal aspecto al público.

Se puede notar en esta percha que se encuentra frontal y es más accesible a estar llena de polvo frecuentemente.

Imagen #3 la falta de limpieza en el minimarket “Romero”.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

6.2.2 Propuesta del mejoramiento del aseo en el minimarket “Romero”

Al ser un negocio familiar donde no se cuenta con personal externo, la manera más efectiva que se puede aplicar para realizar el aseo del minimarket será de la siguiente forma:

- Se realizará la limpieza del local todos los días antes de su apertura (5am)
- Se lo realizará con las siguientes herramientas: deja, cloro, pinoklin, trapeador y guantes para evitar el contacto con algún desecho toxico que pueda perjudicar la salud.
- A los productos antes de la apertura se les pasara una franela para sacar el polvo que quedo de la noche anterior.

Imagen #4 Deja.



Tomado de:

https://www.deja.com.ec/content/dam/unilever/dirt_is_good/ecuador/pack_shot/laundry/fabrics_cleaning/deja_polvo_toque_de_suavizante_brisa_de_primavera/deja-brisa-600g-878182.png

Imagen #5 clorox.



Tomado de: <https://tiaecuador.vteximg.com.br/arquivos/ids/155988-1000-1000/2000223.jpg?v=636229609828370000>

Imagen #6 desinfectante.



Tomado de:

<https://tiaecuador.vteximg.com.br/arquivos/ids/162769-1000-1000/140718002.jpg?v=636945917257800000>

Imagen #7 trapeador escurridor.



Tomado de: <https://www.tvventas.com/3515271/trapeador-escurridor-hurricane-spin-mop.jpg>

Imagen #8 guantes.



Tomado de:

<https://www.lubeseuridad.com.ar/images/GTE%20LATEX%20DOMESTICO%20GR.jpg>

6.2.3 Organización.

El minimarket “Romero” tiene un problema principal, la falta de organización de los productos el desorden que tiene dentro de la bodega y en las perchas, no todos los productos están ubicados correctamente ya que hay productos que se encuentran encima de los otros y evita que sean apreciados para el cliente.

Imagen #9 Perchas en desorden.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Imagen #10 bodega en desorden.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

6.2.3.1 Propuesta de organización en el minimarket “Romero” en la bodega y perchas.

Lo que se va realizar es un cambio en la bodega se ordenaran los productos y en las perchas se colocaran dependiendo a su tamaño y variación, claro está que los productos de comida deberán están en un lado y los de limpieza en otro todo por secciones para que tenga una mejor apreciación para los clientes.

Bodega debe estar organizada de la siguiente manera, ayudara a escoger más rápido y poder perchar de una forma más eficiente.

Imagen #11 bodega ordenada con los productos.



Tomado de: <https://i.pinimg.com/236x/b1/2e/86/b12e86f4ea3a2a7076a26eb14f019ffd.jpg>

6.2.3.2 Perchas organizadas.

En las perchas los productos estaran exhibidos de la siguiente forma donde el cliente al verlos tenga la facilidad de saber si hay lo que necesitan debido a que todo tendra una buena presetacion que dara una mejor imagen al minimarket “Romero”.

El cambio que se dara ayudara a que los clientes nuevos se lleven una mejor apreciacion de que es un local con buena atencion al cliente y sobre todo esta abas tecido de todos los productos.

Imagen #12 Perchas ordenadas.



Tomada de:

https://www.eluniversal.com.co/sites/default/files/201504/facetas_tienda_4.jpg

6.3.1 Método peps.

Como se mencionó con este método los productos tendrán rotación frecuente porque se le dará movimiento a la mercadería e incluso si algún producto estuviera cerca de caducar se le devolverá al proveedor donde deberán reponerlo por un producto con mayor tiempo de caducidad.

Imagen #14 formato de metodo peps.

Método de valuacion-peps (Fifo)										
Control de inventarios										
Fechas	Compras			Ventas			Saldos			
	Cantidad	Costo Unida	Costo total	Cantidad	Costo Unida	Costo total	Cantidad	Costo Unida	Costo total	
										Inventario inicial
										Inventario final

Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

6.4 Rotación de productos.

Mediante este punto lo que se desea mejorar es la presentación de los productos en las perchas, adicional a esto se les cambiara el color a las perchas optando por un color más claro será una tonalidad crema para que tenga más vida el local, los productos se percharan por secciones donde se diferencie el área de snack con los productos de limpieza entre otros.

Además de que la presentación en cada percha deberá llevar un cronograma para que su variación de productos no cambie de lugar.

Imagen #15 rotacion de perchas.



Tomada de: [https://1.bp.blogspot.com/-cnC9q1n-0XI/U4naK8xBZmI/AAAAAAAAACA/wrtokLY_rGk/s1600/images+\(5\).jpg](https://1.bp.blogspot.com/-cnC9q1n-0XI/U4naK8xBZmI/AAAAAAAAACA/wrtokLY_rGk/s1600/images+(5).jpg)

Imagen #16 rotacion de perchas.



Tomada de: <https://conceptodefinicion.de/wp-content/uploads/2017/10/Abarrotes2.jpg>

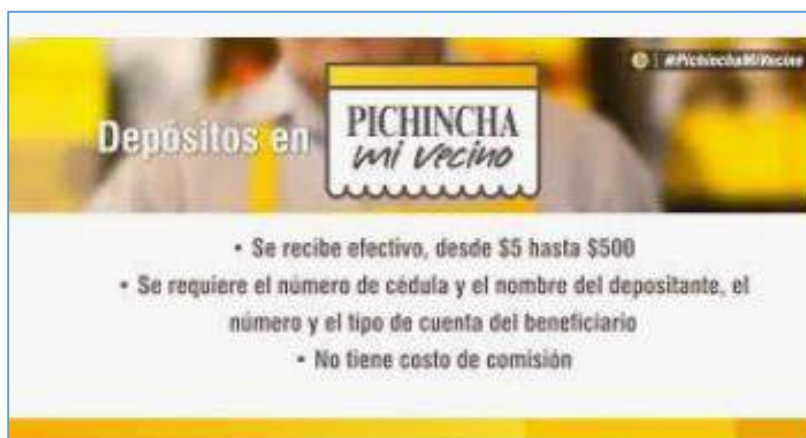
6.5 Nuevas fuente de ingreso.

Se analizó que para obtener más cliente y una fuente de ingresos adicionales seria de la siguiente forma realizando alianzas estratégicas con las entidades financieras como: Banco del barrio de banco Guayaquil y Mi Vecino del Banco de la pichincha donde mediante esta alianza se estará obteniendo una ganancia por cada transacción que se realice a los cliente aunque un punto importante es que cada persona que se acerque podrá conocer el minimarket “Romero” y después de realizar su transacción, van a realizar sus compras en el local.

Requisitos de Banco Pichincha Mi Vecino.

- Tener 3 años con su local propio
- Tener una persona que atienda el mostrador.
- Horario de atención amplio por lo menos 8 horas laborables.
- Cedula y papeleta de votación actuales.
- Tener cuenta de ahorro del mismo banco.
- Ser mayor de edad.

Imagen #17 Mi Vecino.



Tomado de: <https://pbs.twimg.com/media/DZd5ywXXUAAEQqK.jpg>

Requisitos de Banco Guayaquil (Banco del barrio)

- Tener un negocio propio minorista.
- Ser mayor de edad.
- Estar ubicado en zonas rurales

Ofrece al publico

- Transacciones depósito y retiro
- Pagos de agua, luz y teléfono
- Ayuda al cliente ahorrar tiempo y dinero.
- Cobro del bono solidario.

Imagen #18 Banco del barrio.



Tomada de:

https://www.eltelegrafo.com.ec/media/k2/items/cache/07cd95e2e6b64b84ddbe70fb47d015af_XL.jpg

6.6 Tecnología.

Como se evidencio al momento de la observación las condiciones como se realizan los cobros no es la más adecuada debido que no se lleva un control de las ganancias obtenidas día a día porque no se cuenta con una caja registradora lo que es un problema para el local y por lo cual ha venido afectando las finanzas durante los últimos años.

Se puede notar como es la caja del local.

Imagen #19 caja del Minimarket “Romero”



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

6.6.1 Propuesta de implementar una caja registradora.

Dentro del minimarket “Romero” se necesita una caja registradora para llevar el control de los ingresos por día, además de que de esta forma también se puede evidenciar los productos que se venden con mayor frecuencia, también se pueden ir agregando nuevos productos cuando el cliente los pida se registrarán para saber qué hace falta en el stock del local.

La caja registradora que se tendrá en local será táctil para estar actualizados en los cobros.

Características:

- Emisión de proformas.
- Convierte una proforma en pedido o en una factura.
- Historial de compras de clientes.
- Control de stock de bodega.
- Registra cuentas por pagar, cuentas por cobrar y proveedores.
- Costos de la inversión \$450

Imagen #20 caja registradora táctil.



Tomada de:

https://img.milanuncios.com/fg/2326/50/232650833_2.jpg?VersionId=wNRGiEwHFwrQ3qTd73eqb_HrqPSsuXCN

6.6.2 Lector de código de barra.

Se implementará el lector de código de barra para facilitar el cobro de los productos al momento de atender a los clientes, esto también ayudará a el registro del inventario donde se reflejará la mercadería que está saliendo se va dando de baja el stock de los productos y al momento de realizar los pedidos se sabrá rápidamente que hace falta el minimarket “Romero”

- Costo de la inversión \$50.

Imagen #21 Lector de codigo de barra.



Tomado de: https://solutel.com.ec/wp-content/uploads/2017/08/lector-de-codigo-de-barrascanner-laser-con-base-marca-esky-D_NQ_NP_17808-MLV20145680408_082014-F.jpg

6.8 Arqueo de caja.

Se va a adquirir una computadora para implementar las plantillas en Excel del control de inventario y del arqueo de caja diario para llevar el control de los ingresos / egresos de cada día, porque se puede evidenciar que durante años por falta de conocimiento no se ha realizado y ha sido dinero perdido para el minimarket “Romero”

- Costo de la inversión de la computadora \$300
- Costos de la inversión de impresora \$100
- Costos de la inversión de plastificadora \$150

Imagen #22 computadora del minimarket “Romero”



Tomada de: <https://definicionyque.es/wp-content/uploads/2013/05/computador.jpg>

Imagen #23 formato de arqueo de caja Excel

Arqueo de caja		
Lugar:		
Realizado por:		
Fecha :		
Firma:		
Billetes	Unidades	Total
Total de billetes		
Monedas	Unidades	Total
Total de monedas		
Total billetes y monedas:		
Observaciones		

Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

6.9 Estrategias de ventas.

Dentro del minimarket “Romero” se van a implementar las siguientes estrategias de ventas en las cuales se van a obtener más tráficos de clientes.

Se van a tener servicios adicionales que harán que de esta forma tengan un mayor ingreso cada día, porque se contara con el servicio de recargas claro, cnt, movistar, tuenti y directv donde se van a realizar recargas desde \$1 en adelante.

También contara con el servicio de sacar copias es algo que siempre han querido los clientes porque se le consultó al dueño e indica que siempre le piden en su local este servicio, contara con plastificación de documentos y realización de trabajos a computadora e impresiones a blanco/ negro y a color.

Como un punto adicional tendrá una promoción adicional por cada personal que compre en el minimarket “Romero” se le dará un tiquete donde se va a sortear cada mes una canasta familiar valorada en \$80, la cual se jugara con los dos últimos números de la lotería nacional, la canasta será entregada al ganador cada fin de mes.

Servicio de recargas.

Imagen #24 recargas.



Tomado de: https://http2.mlstatic.com/recargas-electronicas-pagos-servicios-D_NQ_NP_871328-MEC27438908726_052018-Q.jpg

6.9.1 Servicio de sacar copias/impresiones

Imagen #25 impresora.



Tomado de: <https://point.com.ec/wp-content/uploads/2019/07/L4160.png>

6.9.2 Servicio de plastificación.

Imagen #26 pastificadora.



Tomado de: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/61L6%2Bj4o2mL._SX425_.jpg

6.9.3 Canasta familiar.

Imagen #27 sorteo de canasta familiar.



Tomado de: <https://image.shutterstock.com/image-photo/full-shopping-basket-isolated-over-260nw-161999693.jpg>

6.10 Climatización.

Se analizó con el dueño que al estar ubicado el local en una zona principal están expuesto al sol y como está el clima actualmente con una radiación del sol tan fuerte hay ciertos productos que al estar en la vitrina frontal se derriten por el sol como por ejemplos las velas y se descolo rizan ciertos productos, es muy importante implementar un aire acondicionado en el minimarket “Romero” para dar una mejor atención al cliente y una mejor climatización al local, se recomienda un Split de 12000 btu marca TCL que contara con las siguientes características, será ecológico invertir ahorrador de luz, se le deberá dar mantenimiento cada 6 meses para que funcione bien el tiempo útil de vida.

- Costos de inversión de aire acondicionado \$290

Imagen #28 Aire acondicionado.



Tomado de: https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_957408-MEC31575165275_072019-

[W.jpg](#)

6.11 Capacitación.

Plan de capacitación

Modulo	Mentalidad	Desripción	Duracion	Tema	Actividades
I	Análítica	Organización	2 horas	Organizacion adecuada en cada situacion establecida.	Ver un video
II	Reflexiva	Individuo	2 horas	Tener una actitud positiva.	Ejercicio de juego de preguntas
III	Colaboradora	Relaciones	2 horas	Ayudar a las personas por los valores formados.	Video de muestra práctica
IV	Análítica	Liderazgo	2 horas	Tener una mentalidad abierta para compreder las situaciones	Ejercicios practicos
V	Acción	Servicio al cliente	2 horas	Excelencia de servicio y presentación.	Ejercicios practicos

6.12 Mantenimiento.

Se realizará el mantenimiento de la fachada del minimarket “Romero” debido que no está en condiciones adecuadas, esta sin pintar y eso daña la imagen de local por lo cual se lo pintará de amarillo con fucsia, la parte frontal de arriba estará de amarillo y las paredes de lado derecho e izquierdo fucsia, se utilizará pinturas cóndor, inversión \$100.

Imagen #29 pinturas.



Tomada de: <https://825bij2mw3-flywheel.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2018/02/permalatex-max.png>

6.13 seguridad.

El minimarket “Romero” tendrá en su interior las medidas de seguridad necesaria que lo harán un establecimiento seguro por si llega a ocurrir una calamidad, contara con:

- Extintor.
- Señaléticas (basura, peligro)
- salida de emergencia.
- Costos de la inversión de compra de señaléticas c/u \$4,00 total \$16,00

Imagen #30 Extintor,basura, peligro y salida de emergencia.



Tomado de:

https://http2.mlstatic.com/letreros-senaletica-en-trovicel-D_NQ_NP_664410-MLC31408986322_072019-F.jpg

PLAN DE MEJORA

DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLE	TIEMPO inicio / fin del año 2020	Recursos necesarios.	ACTIVIDAD	FINANCIACION	INDICADO	RESPONSABLE DEL AREA
Colocación de rotulo en el minimarket.	Colocar rotulo / tener papeles en regla del local	Letreo visible	Diseñador	10 junio – 25 junio	Material utilizado por diseñador	Local con letreo visible	\$208	Entrevista con dueño	Administrador
Aseo/organización	Aseo de local y organizar las perchas	Limpia diariamente	Dueño / hijas	Diario	Trapeador Cloro Deja pinoklin	Limpieza diaria	\$35	Entrevistas con propietarios	Administrador
Control de inventarios	Control de lo que entra y sale.	Realizar diariamente	Dueño / hijas	Diario	Formato de Excel	Ejecución diaria.	-	Entrevistas con propietarios	Administrador
Rotación de productos	Cambiar perchas / productos	semanalmente	Dueño / hijas	semanal	Recurso humano	Perchar, revisar stock	-	Entrevistas con propietarios	Administrador
Nuevas fuentes de ingreso	Alianzas estratégicas	Nuevos ingresos al local	Dueño / hijas	Desde el 10 de junio	Recurso humano	Sistema bancario	-	Transacciones bancarias	Administrador

Tecnología	Implementar caja registradora Sistema de cobro	Control de ingresos	Dueño / hijas	Desde el 10 de junio	Recurso humano	Control de entradas y salidas de dinero	\$450	Entrevista con propietarios	Administrador
Estrategias de ventas	Servicios adicionales /recargas y otros	Servicios adicionales	Dueño / hijas	Desde el 10 de junio	Recurso humano	Mayores ingresos	\$100	Entrevista	Administrador
Climatización	Colocar aire acondicionado	Mejorar el ambiente.	Técnico	Desde el 10 de junio	Instalación eléctrica	Atención climatizada	\$300	Observación	Administrador
Capacitación	Adquisición de conocimientos	Adquirir nuevos conocimientos	Administrador	Desde el 10 de junio	Recurso humano	Tener más conocimientos del negocio	-	Entrevista	Administrador
Mantenimiento	Pintar la fachada de minimarket "Romero"	pintor	Administrador	Desde el 10 de junio	Recurso humano		\$100	Observación realizada	Administrador
Seguridad	Colocación de señaléticas	Prevención de riesgo de trabajo	Administrador	Desde el 10 de junio	Recurso humano	Local prevenido	\$100	Entrevista	Administrador

7. Factibilidad de la Aplicación.

Factibilidad Económica.

Se va a invertir económicamente mediante un presupuesto para poder llevar a cabo el plan de mejoras el cual se lo empleará para arreglar la fachada del local, esto ayudará a dar un mejor aspecto donde atraerá más clientes y el dinero invertido no será un gasto, más bien se lo verá reflejado como una ganancia al superar el monto establecido.

Factibilidad legal.

El minimarket “Romero” estará amparado ante la ley y así mismo trabajara para de la misma forma para no tener inconvenientes con los empleados ni con los consumidores, mediante el plan de mejora que se está planteando se han analizado las leyes de acuerdo al perfilamiento de los minimarket.

Factibilidad social.

El minimarket “Romero” mediante su excelencia de servicio dará seguridad y confianza al cliente y como una sociedad será recomendado como un establecimiento seguro de adquirir sus productos y socialmente estará al alcance de los moradores y se sentirán cómodos y en un ambiente cálido al realizar sus compras.

Factibilidad tecnológica

Como sea venido mencionando dentro del plan de mejora lo que se desea colocar es un mecanismo en el cual se lleve el control de ingresos e inventarios por ese motivo se instala una Pc donde se realizara un control mediante Excel, donde registraremos lo ingresos a diarios y la mercadería d entrada y salida así se minimizara tiempo y dinero y se obtendrán más ganancias al llevar un control adecuado con las tips, adicional de que se implantarán las alianzas estratégicas con las entidades financieras para realizar cobros y depósitos.

Factibilidad ecológica.

El minimarket “Romero” aportara al medioambiente ofreciendo a los clientes bolsas ecológicas donde de esta manera no se deba utilizar fundas plásticas se va a inculcar a los consumidores que opten por esta opción, además de que se contara con recipientes reciclables de tal forma que no se tenga que gastar innecesariamente, se tendrá los tachos donde se separe por, plástico, vidrio y cartón.

Factibilidad administrativa.

Al emplear el plan de mejora será estará aplicando los conocimientos administrativos mediante el administrador que estará a cargo del minimarket “Romero” los resultados favorables se podrá evidenciar dentro de 1 a 2 años donde el local tenga ya una estabilidad y un tiempo prudente en el mercado con los cambios que se realizaran.

8. Presupuesto.

Se realiza este presupuesto con el fin de tener una proyección esperada en el minimarket “Romero” tanto de ingresos como de lo que se va a invertir para tener un mejor rendimiento dentro del establecimiento, cabe mencionar que si se aplica todo lo que se está acotando en el plan de mejora el minimarket tendría ingresos favorables.

PRESUPUESTO ANUAL MINIMARKET "ROMERO"										
ACTIVIDAD	P.UNIT.	CANTIDAD	COSTO TOTAL	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ingresos										
ingresos local			\$3.150,00	\$300,00	\$350,00	\$400,00	\$300,00	\$500,00	\$500,00	\$800,00
Banco del barrio			\$2.200,00	\$150,00	\$150,00	\$300,00	\$150,00	\$500,00	\$150,00	\$800,00
Mi Vecino			\$3.000,00	\$300,00	\$500,00	\$300,00	\$800,00	\$300,00	\$300,00	\$500,00
Copias			\$49,00	\$7,00	\$5,00	\$5,00	\$7,00	\$5,00	\$5,00	\$10,00
Plastificación			\$33,00	\$5,00	\$3,00	\$5,00	\$6,00	\$5,00	\$4,00	\$5,00
Impresiones			\$180,00	\$20,00	\$20,00	\$25,00	\$30,00	\$25,00	\$20,00	\$40,00
Inversión al minimarket "Romero"										
Colocación del letrero	\$208,00	\$1,00	\$208,00	\$208,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
computadora	\$300,00	\$1,00	\$300,00	\$300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
impresora	\$100,00	\$1,00	\$100,00	\$1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Aire acondicionado	\$290,00	\$1,00	\$290,00	\$290,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
caja registradora	\$450,00	\$1,00	\$450,00	\$450,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
lector	\$50,00	\$1,00	\$50,00	\$50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
plastificadora	\$150,00	\$1,00	\$150,00	\$150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios básicos										
Luz	\$20,00	\$1,00	\$160,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
Agua	\$15,00	\$1,00	\$225,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
Línea telefónica e internet	\$30,00	\$1,00	\$240,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Mantenimiento del aire										
técnico	\$40,00	\$1,00	\$80,00	\$40,00		\$ -	\$ -	\$40,00	\$ -	\$ -
Egresos										
Compra de mercadería	\$300,00		\$2.100,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
gastos de operación										
impuestos de local	\$15,00		\$105,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
gasolina	\$10,00		\$70,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Materiales de limpieza										
guantes	\$5,00	\$4,00	\$20,00	\$20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
detergente	\$5,00		\$5,00	\$5,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
cloro	\$5,00		\$5,00	\$5,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

desinfectante	\$5,00		\$5,00	\$5,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento (pintar local)										
Pinturas	\$50,00	\$2,00	\$200,00	\$100,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$100,00
Seguridad										
Señaléticas	\$4,00	\$4,00	\$16,00	\$16,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal (gastos e inversión)			\$3.811,00							
Ganancia			\$9.564,00							
Suma			\$13.375,00							

9. Seguimiento de la propuesta.

Se va a realizar el seguimiento de la propuesta, donde se va a verificar como va avanzando el plan de mejora debido que a la fecha estimada que se plantea el 10 de mayo se empezara el plan de seguimiento aproximadamente al mes de que se ha establecido para tener una noción de cómo se están reflejando los resultados.

El seguimiento de la propuesta será de la siguiente forma:

- Elaboración de un informe referente al plan de mejora del minimarket “Romero”
- Se realizará un informe básico donde se va a detallar como va avanzando el plan de mejoras.
- Se convocará a una reunión con los propietarios para dar a conocer como está avanzando el plan de mejora y si dentro del informe existan puntos de cambio para tener una mejor eficiencia.
- Dentro de la reunión se discuten los puntos en que se está viendo los cambios del minimarket y se plantean los cambios a realizar, los que se detalló en el informe de seguimiento del plan de mejora.
- Después de discutir los puntos del informe del seguimiento de la propuesta se realizará una nueva capacitación donde se reforzará los puntos débiles del proyecto.
- Se plantearán nuevas estrategias para tener mejores resultados.
- Capacitación constante para retroalimentar los puntos de falencia.
- Se culminará realizando una auditoria de cómo van incrementando los ingresos cada mes realizando el estado de resultado + balance general.
- Se realizará la reporteria de inventarios y stock para ver cuanta mercadería se está incrementando.
- Cada mes se realizará este procedimiento para tener resultados óptimos.

9.1 Cronograma de actividades para el seguimiento de la propuesta.

Meses de actividades		JULIO									
Semanas del mes		SEMANA 1					SEMANA 2				
Días del mes		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Seguimiento de la propuesta	Elaboración de informe de seguimiento										
	Informe básico de cómo está avanzando la propuesta										
	Reunión con los propietarios										
	Plantear nuevas estrategias (2da reunión)										
	Se retroalimentara con nuevas capacitaciones										
	Auditoria interna como van los ingresos										
	Realizar reporteria de inventarios / stock										

10. Herramientas.

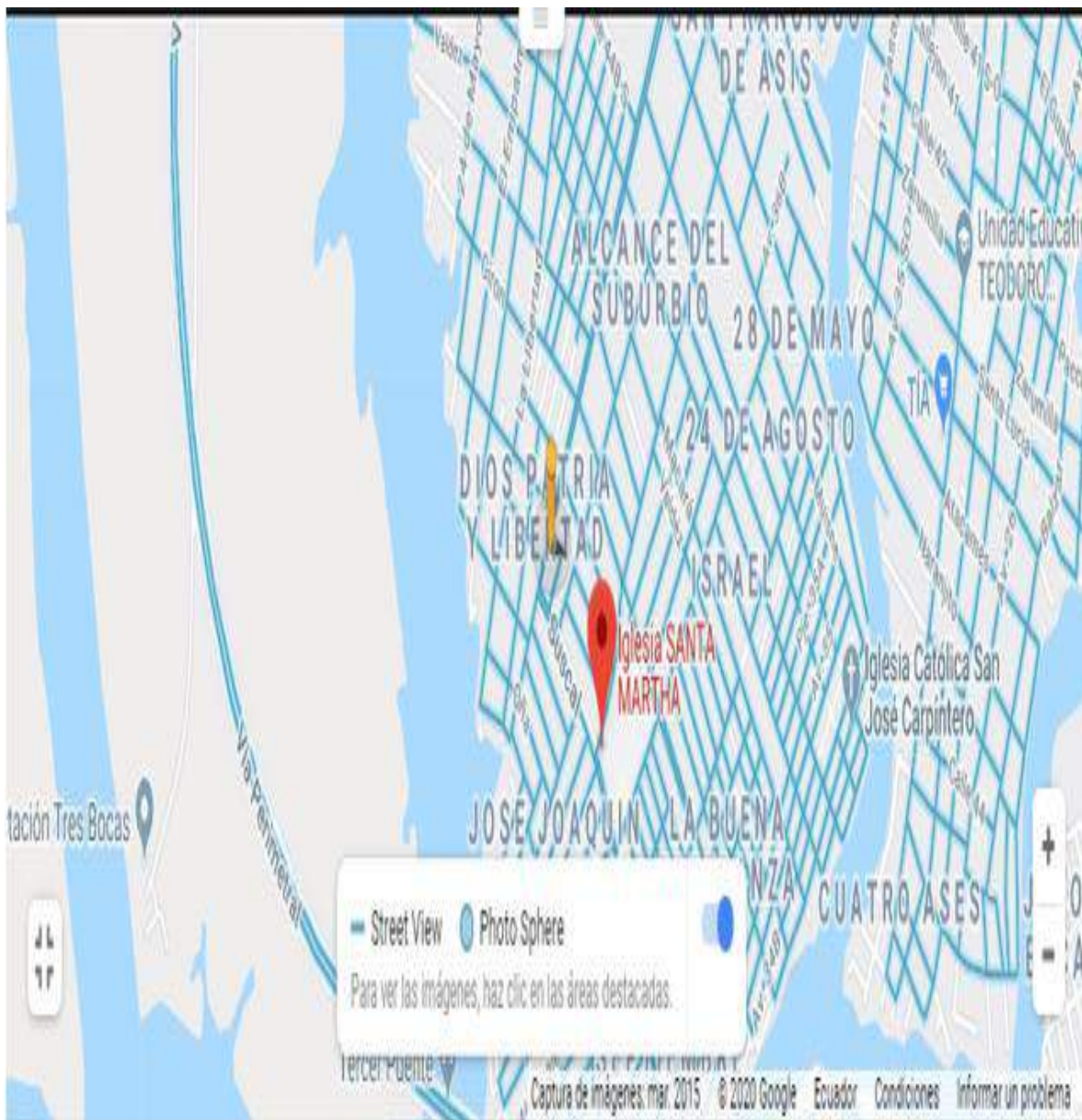
- Para visualizar donde está ubicado el minimarket “Romero” será el google maps.
- También se utilizó el google drive para guardar el documento de tesis.
- Se utilizó la presentación de google donde se ejecutaron las diapositivas para exposición de tesis.

Imagen #31



Elaborada por: Sandy Romero Cortez.

Imagen #32



Fuente: Google maps

Imagen #33

Documento en Drive.

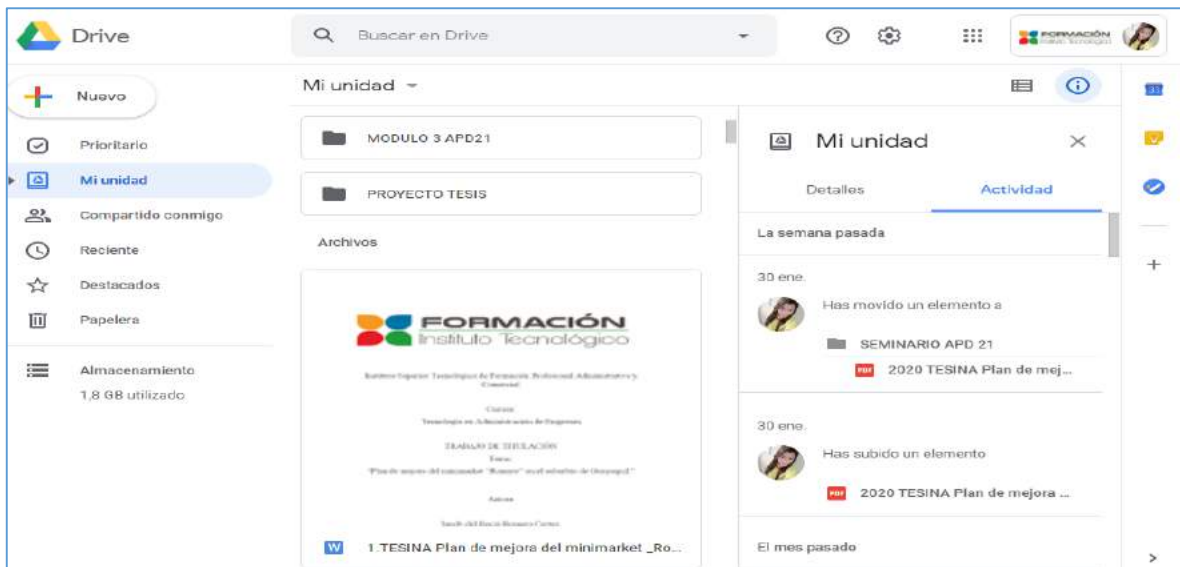


Imagen #34

Presentación en google.



11. Resultados Esperados de la Aplicación de la Propuesta.

Lo que se espera del plan de mejora principalmente es que los ingresos del minimarket “Romero” aumenten con las diferentes estrategias que se han planteado, además de se desea tener un orden adecuado en la bodega y en las perchas para de esta forma brindar al cliente una excelente imagen y sobre todo brindar una atención de calidad a cada cliente que se acerque a comprar en el establecimiento.

Al dar un servicio de calidad se obtendrán más clientes y sobre todo se logrará fidelizar a cada uno de los consumidores además de que se pasara la voz de que es un local abastecido y de esta forma no deberán acudir a otro lugar que no sea el minimarket “Romero”.

Mediante las capacitaciones que se darán se espera que los conocimientos aprendidos sean aplicados de tal forma que se reflejen tanto en la administración, en la realización de inventarios y el control de la mercadería y la organización de perchas y bodega, es muy importante que cada retroalimentación se impartan nuevos conocimientos y se aporten ideas cada vez que sean necesarias para dar siempre cambios y esta actualizados en los productos.

Se espera que todo lo que se plantea en el plan de mejoras tenga un resultado positivo debido que todo lo que se está ejerciendo es para dar un mayor ingreso y una rentabilidad del establecimiento.

12. CONCLUSIONES.

Se llega a la conclusión de que el minimarket “Romero” tiene una falta de conocimiento de cómo administrar su negocio donde la falta de control y organización son los principales problemas, donde esto está llevando al minimarket a tener una mala administración del dinero que a diario estaba ingresando y en vez de tener un aumento de sus ingresos lo que estaban reflejando es pérdidas a diario y sobre todo de que la mercadería se reponía sin ver las ganancias, con el plan de mejora que se aplicó este establecimiento verá los resultados en un tiempo a corto y mediano plazo.

Los puntos que se aplicaron a el minimarket “Romero” no se deben pasar por alto deben ser aplicados debido que de esta forma se verán los resultados que desea el minimarket “Romero”.

Se concluye que aplicando el plan de mejora es factible porque de esta forma los ingresos del local van en aumento y así este establecimiento se ampliará dentro del Ecuador y así podrá abrir puertas de trabajo a la sociedad.

13. RECOMENDACIONES.

- Se recomienda utilizar el plan de mejora como se ha planteado para obtener los resultados esperados.
- Mantener el local limpio y ordenado.
- Dar mantenimiento al establecimiento en lo que se refiere a pintarlo para que tenga una mejor imagen.
- Dar el mantenimiento al aire acondicionado cada 6 meses para que dure su tiempo de vida útil.
- Poner en práctica todos los conocimientos expuestos en cada capacitación.
- Dar un excelente servicio a cada cliente que acuda al minimarket “Romero”.
- Realizar cada día el cuadro de caja para no tener pérdidas.
- Registrar la mercadería que entra y sale del local.
- Realizar los pedidos con proveedores para obtener precios bajos.
- Tener las perchas ordenadas y limpias.
- Revisar los caducados cada semana para evitar problemas con el ministerio de salud.
- Siempre estar abastecidos para que el cliente encuentre todo y no tenga que acudir a la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Amat, J. M. (2007). *Control de gestión: Una perspectiva de dirección*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=xINdMKjSX0gC&printsec=frontcover&dq=concepto+de+control+pdf&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHm6ys_6nlAhVFpFkKHVdvBIQQ6AEITjAG#v=onepage&q&f=false
- Amaya, J. (2005). *Gerencia: Planeacion & Estrategia*. Casa del Libro. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8Flzg6f8dOsC&oi=fnd&pg=PA6&dq=LIBRO+ESTRATEGIA&ots=g6lCYJ_JLz&sig=vfXDRjy5RkzfYwVSMRayIEUeIRQ#v=onepage&q=LIBRO%20ESTRATEGIA&f=false
- Aneca. (2017). *Plan de mejoras, herramienta de trabajo*. Obtenido de uantof: http://www.uantof.cl/public/docs/universidad/direccion_docente/15_elaboracion_plan_de_mejoras.pdf
- Bolaños, C. J. (2014). *“DELEGACION” DESTREZA VITAL DE UN BUEN LÍDER*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12661/DELEGACION%20DESTREZA%20VITAL%20DE%20UN%20BUEN%20LIDER.pdf?sequence=1>
- Chiavenato, I. (2006). *academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/35963530/Chiavenato_I._2006_.Introducci3n_a_la_teor3a_general_de_la_administraci3n._7a._ed._.M3xico._McGraw_Hill._pp._298
- Deming, W. E. (1982). *Reacci3n en cadena: calidad, productividad, reducci3n de costes, conquista del mercado*. Diaz de Santos. Obtenido de https://gestionempresarialuts.files.wordpress.com/2014/08/calidad_productividad_y_competitividad_la_salida_de_la_crisis_17_to_131.pdf
- Educentro. (2015). Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/edumecentro/ed-2015/ed154n.pdf>
- Galindo, I. M. (09 de 2017). *educativopracticas*. Obtenido de <https://educativopracticas.files.wordpress.com/2017/09/fundamentos-de-administracion-munch-garcia.pdf>
- Gil Estallo, M. d. (2002). *La planificaci3n de la empresa*. Barcelona , España: UOC Papers. Obtenido de <https://www.digitaiapublishing.com/a/5703/la-planificacion-de-la-empresa>
- Matilla i Serrano, K. (2008). *Los modelos de planificaci3n estrat3gica en la teor3a de las Relaciones P3blicas*. Barcelona , España: Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de <https://www.digitaiapublishing.com/a/20413/los-modelos-de-planificacion-estrategica-en-la-teoria-de-las-relaciones-publicas>
- Mungu3a, E. G., & Melgoza, V. O. (2006). *Teroria de las Organizaciones*. Mexico: Umbral. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=2xu0n04hOSQC&printsec=frontcover&dq=>

concepto+de+organizacion+libro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiI2t7NhejkAhWrTd8KHTiDDBoQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false

- Murillo ;García ;Martínez ;Martín ;Sánchez . (2006). Obtenido de http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- Palacios, L. (2015). *Estrategias de creación empresarial (2a ed.)*. Bogotá , Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://www.digitaliapublishing.com/a/47109/estrategias-de-creacion-empresarial--2a-ed.->
- Perles, G. S. (2000). *ÉTICA Y LIDERAZGO EMPRESARIAL*:. Obtenido de <http://ldvm.org/bancodetemas/Temas%20brutos%20nuevos/Desarrollo/Etica%20y%20liderazgo%20empresarial%20-%20%20Gines%20Santiago%20Marco.pdf>
- Ponce, A. R. (2004). *Administración Moderna*. Mexico: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=TwnmlLyBJIYC&pg=PA2&dq=concepto+administracion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiBvNv8pejkAhUFSq0KHTFWCbMQ6AEINjAD#v=onepage&q=concepto%20administracion&f=false>
- Ponce, A. R. (Diciembre de 2007). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331004.pdf>
- Proaño Villavicencio Diana Ximena. (Diciembre de 2017). Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_6.pdf
- Rojas M;Correa A;Gutierrez F. (2012). *Sistemas de control de gestión*. Bogota Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QTOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=definicion+de+control&ots=13KUtm2ph4&sig=CNDDDoEJ4prIXRoDQzbnYeW9U_Q#v=onepage&q&f=false
- Saavedra Guzmán; Castro Zea;Restrepo Quintero;Rojas. (2017). *utadeo*. Obtenido de https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf-_planificacion_del_desarrollo_-_pag.-web-11-15.pdf
- Santiago, M. P. (2000). *ÉTICA Y LIDERAZGO EMPRESARIAL, UNA COMPLEMENTARIEDAD NECESARIA*. Obtenido de <http://ldvm.org/bancodetemas/Temas%20brutos%20nuevos/Desarrollo/Etica%20y%20liderazgo%20empresarial%20-%20%20Gines%20Santiago%20Marco.pdf>
- Stoner, J. A., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (1996). *Administración*. México: Nancy Project. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eWovsi2iY-8C&oi=fnd&pg=PR4&dq=libro+division+de+trabajo+administrativo&ots=TXnA60u99I&sig=n0FeSsmCQt0EUcAM63N7dtmYNk#v=onepage&q&f=false>
- Veiga, J. F.-C. (2013). *Control de gestión empresarial*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=06ptFLzbjjMC&printsec=frontcover&dq=concepto+de+control+pdf&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHm6ys_6nlAhVFpFkKHVdvBlQQ6AEILjAB#v=onepage&q&f=false

Zapata Domínguez, G. M. (2008). *Teorías contemporáneas de la organización y del management*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=RNvDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=organizacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjNrs2rmPfkAhVQPq0KHdBcCLwQ6AEIYzAJ#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Anexo #1



Lugar de Observación:	Guayaquil, barrio Alcázar del suburbio sector sur oeste la av. La 29 y la calle P entre Q
Fecha:	Lunes 13, Martes 14 y Miércoles 15 de enero del 2020
Hora:	Lunes a las 14:00pm, Martes 13:00pm y Miércoles a las 15:00pm

Guía de Observación					
Actitud	Indicadores	0	1	2	3
Como se maneja el minimarket “Romero” hacia su público y dentro del establecimiento	Cuando llama un cliente se sale rápido para atenderlo.		X		
	La persona que atiende sale con una buena actitud.			X	
	Las compras que realiza en cliente son guardadas en fundas plásticas.				X
	Realizan pedidos frecuentes a proveedores		X		
	Realizan compra de mercadería en tiendas de abarrotes.				X
	Se respetan los precios al cliente sin aumentarlo				X
	Cuentan con una bodega	X			
	El local mantiene caja registradora para los cobros	X			
	El local cuenta con área de parqueo	X			
Realizan limpieza del área frecuentemente		X			
<u>Escala</u> 0 <u>Malo</u> 1 <u>Regular</u> 2 <u>Bueno</u> 3 <u>Excelente</u>					

Objetivo:

Identificar las falencias del minimarket “Romero”

Anexo #2

El tipo de entrevista Semiestructurada.

Preguntas para realizar la entrevista.

Nombres:

Sexo:

1.- ¿Cuál es el principal problema que desearía mejorar en el Minimarket “Romero”?

2.- ¿Estaría de acuerdo con realizar en cambio de fachada del Minimarket “Romero”?

Sí No

3.- ¿Cree Ud. ¿Que necesitaría una capacitación de servicio al cliente para brindar un mejor trato a los consumidores?

Sí No

4.- ¿Realiza compras directamente con los proveedores Y porque lo hace?

5.- ¿Cree Ud. ¿Qué se debe implementar un sistema de control de inventarios?

Sí No

6.- ¿Ha utilizado estrategias de ventas para atraer más clientes? ¿Y cómo lo ha hecho?

7.- ¿Cuenta Ud. con una estructura organizacional en el Minimarket “Romero”?

8.- ¿Cree que si se realizan servicios de cobros de diversas entidades mediante una alianza estratégica obtendrían más clientes?

9.- ¿Cree Ud. que si contratará un Administrador con los conocimientos adecuados el Minimarket “Romero” tendría mayor rentabilidad?

10.- ¿Estaría de acuerdo con implementar un plan de mejora para el Minimarket “Romero”?

Anexo #3 Área de caja.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo #4 Área de bodega.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 5



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 6



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Establecimiento en general.

Anexo # 7 Perchas.



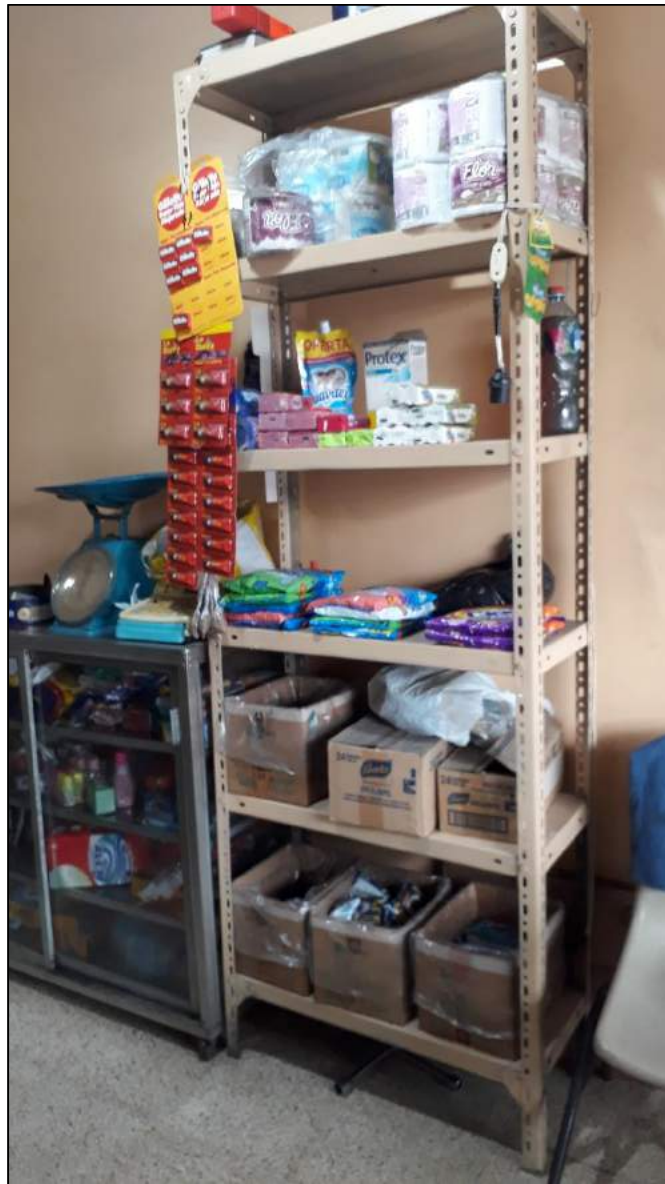
Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 8



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 9



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 10 Vitrinas de exhibición.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 11



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

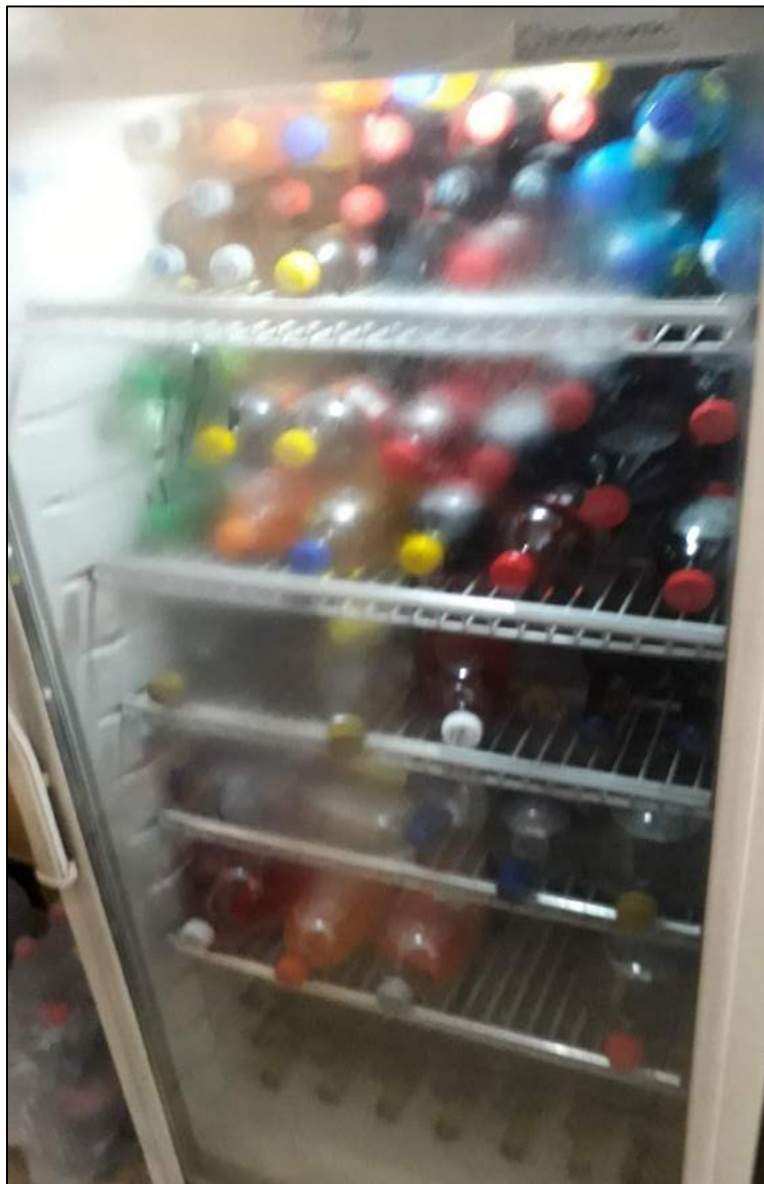
Herramientas.

Anexo #12 Nevera.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 13 Vitrina congeladora.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.

Anexo # 14 Fachada del minimarket “Romero” en los años 2020.



Elaborado por: Sandy Romero Cortez.